
PEDAGOGIAS DA SEXUALIDADE FEMININA NO BLOG “AMIGO MACHO”

PEDAGOGIES OF FEMALE SEXUALITY IN THE BLOG “AMIGO MACHO”

Resumo:

O presente artigo analisa os discursos transmitidos às leitoras da revista **Nova** sobre os modos de “ser mulher” no *blog* “Amigo Macho”, de Alex Xavier. A problemática é: como a mulher leitora é ensinada pelo blogueiro da Revista **Nova** a se comportar como o “macho” a deseja? Com base nas teorizações foucaultianas e feministas e na proposição dos Estudos Culturais como eixo teórico-político analisa excertos selecionados dos discursos postados neste *blog*. Considera que os artefatos midiáticos são proponentes de discursos com potencial para estabelecer os modos de ser, pensar e agir no mundo. Desse modo, vislumbramos nesses discursos uma pedagogia cultural da sexualidade.

Palavras-chave: Educação. Mídia. Sexualidade. Mulher.

Abstract:

This article looks at the discourses transmitted to readers of the Nova magazine on the ways of “being a woman” structured by the blogger of Nova Magazine to behave according to men’s wishes. Based on foucaultian and feminist theorizing and the proposition of Cultural Studies, we analyzes excerpts selected of speeches posted on this blog. We believe that the artifacts are media discourses with the potential to establish the ways of being, thinking and acting in the world. In this way, we focus such a pedagogic cultural discourses of sexuality.

Keywords: Education. Media. Sexuality. Woman.

TAKARA, Samilo

Professor assistente colaborador do Departamento de Fundamentos da Educação da Universidade Estadual de Maringá.

E-mail: sami.takara@gmail.com

TERUYA, Teresa Kazuko

Docente do Departamento de Teoria e Prática da Educação da Universidade Estadual de Maringá. Pós-Doutorado pela UnB.

e-mail: tkteruya@gmail.com

INTRODUÇÃO

As inovações tecnológicas incorporadas nas ferramentas do sistema web, especialmente nas duas últimas décadas, possibilitaram a interação entre o público e os conteúdos publicados pelas editoras comerciais. Nosso objetivo é problematizar e desconstruir os discursos sobre gênero e sexualidade veiculados no *blog* “Amigo Macho” do blogueiro Alex Xavier da para Revista Nova. Muitos discursos publicados em cartilhas ou receitas para obter comportamento adequado expressam a visão machista sobre as mulheres.

Para Foucault (1987), vigiar e punir foram maneiras de impor a manutenção da normalidade estabelecida na Modernidade. Na atualidade, as tecnologias de informação e comunicação realizam com muito mais eficácia a produção de “corpos dóceis” por meio de discursos.

Para pensar esses produtos midiáticos, recorremos aos debates sobre gênero e sexualidade na década de 1950 e a entrada das teóricas feministas no Centro de Estudos de Birmingham. Hall (2003: 97) explicita que “falar de abrir mão do poder é uma experiência radicalmente diferente de ser silenciado. Eis aqui outra forma de pensar, outra metáfora para a teoria: o modo como o feminismo rompeu e interrompeu os estudos culturais”. Quando aceitaram e abriram as portas para as “colegas” trabalharem no Centro, perceberam que as feministas “arrombaram as janelas” e o poder patriarcal reagiu.

Com base nos estudos feministas e as teorizações foucaultianas problematizamos as normas e as verdades veiculadas nos meios de comunicação sobre os modos de “ser mulher”. Estes discursos tornam-se pedagogias culturais transmitidas pelas mídias na sociedade ocidental. Para Swain (2001: 70), a apropriação dos discursos, da constituição de lugares de falas hierárquicas e da proposição de valores, inseriu na “Ordem do Discurso”, uma economia de “um imaginário em que se pode detectar a hegemonia das representações tradicionais e naturalizadas de gênero [e de sexualidade]”.

Nossa proposição para contribuir com a formação de professores e professoras como intelectuais, na concepção de Giroux (1997), são as problematizações e desconstruções dos discursos midiáticos. Os discursos publicados no *blog* do

Amigo Macho são formas de ensinar as leitoras a “serem mulheres” dentro da lógica de consumo que predispõe a mulher a serviço do capital e subsergente ao homem. Desacomodar estes discursos e as possíveis pedagogias que se instauram em suas afirmações contribuem para pensar outras possibilidades pedagógicas que se inscrevem nas concepções de gênero e sexualidades.

As pedagogias de gênero e sexualidades são entendidas nesse artigo como práticas culturais das performances femininas, masculinas, heterossexuais, homossexuais, travestis, transexuais e outras possíveis formas de ser (LOURO, 2003). Em nossa análise dos discursos midiáticos problematizamos as práticas e os estereótipos que compõem as nossas atuações enquanto sujeitos de gênero e sexualidades possíveis.

O ato de nomear o corpo acontece no interior da lógica que supõe o sexo como um “dado” anterior à cultura e lhe atribui um caráter imutável, a-histórico e binário. Tal lógica implica que esse “dado” sexo vai determinar o gênero e induzir a uma única forma de desejo (LOURO, 2008: 15)

A abertura do *blog* inicia com uma “brincadeira” do blogueiro Alex em sua apresentação para as/os leitoras/es. Ele ressalta que “o manual de instruções do homem é um simples panfleto frente e verso” e se propõe a ajudar as mulheres que não conseguem “ligá-lo”. Entretanto, propõe como troca, que as mulheres resumissem “os dez volumes da complexa enciclopédia que tenta desvendar a ala feminina”. Percebemos o sentido de leitura oferecido pelo blogueiro de como é simples “ligar” um homem em contraposição ao mundo feminino que parece uma “odisséia¹” sem direito de

¹O termo odisséia significa, segundo o Dicionário Online, “viagem cheia de aventuras extraordinárias. Série de acontecimentos e peripécias estranhas e variadas”. Disponível em: <http://www.dicio.com.br/odisseia/>. Acesso em: 10 de jun. de 2013.

compreensão para os “machões”. Entretanto, outras leituras alertam sobre os sentidos das frases e dos discursos publicados pelo blogueiro Alex para sair do discurso machista do autor e do patriarcalismo que são preocupações para a Educação e aos estudos de Gênero e Sexualidade. Este blogueiro reitera esse discurso de diferenciação dos “sexos” escrevendo que se as leitoras esperam seu apoio e “uma batidinha no ombro e diga ‘eu entendo’” que elas procurem outra mulher. Sua explicação sobre as diferenças entre os “manuais de instruções” uma direcionada aos homens e outra às mulheres, consideramos preconceituosa: “Sou homem e dou minha opinião mesmo quando não solicitado” (XAVIER, Alex. Amigo Macho).

Essa afirmação feita pelo blogueiro, como outras que são destacadas no decorrer do texto denotam o machismo que embasa os discursos analisados. Nosso intuito de problematizar os ditos que são reverberados nesse *blog* está afinado com as leituras feministas e foucaultianas que ancoramo-nos para visualizar quais são os intuítos pedagógicos desses discursos no *blog* do Amigo Macho. Nosso recorte para este trabalho será o mês de março de 2012. Escolhemos esse mês, por ser um marco das discussões acerca dos papéis das mulheres na sociedade e porque durante esse período, as mídias, em especial as direcionadas para o público feminina, como a Nova, que é subsidiária desse *blog*, apresentam textos homenageando, discutindo ou desconstruindo os estereótipos femininos. Nossa curiosidade instalou-se, ao percebermos que nenhuma das postagens do Amigo Macho, neste período, é direcionada para essa discussão.

REVISTAS: AS PROPOSTAS DITAS “FEMININAS” E A REVISTA *NOVA*

A implantação das revistas femininas foi iniciada no Brasil com a chegada da Coroa Portuguesa no século XIX. As publicações surgiram, em meados do século XIX em formato folhetim. Esse recurso foi usado pelos jornais brasileiros e apresentava romances. No início do século XX, moda e literatura era o “par principal que sustentavam as publicações femininas brasileiras” (BRAGA, 2005: 5-6).

A Revista Feminina, lançada por Virgínia de Souza Sales em 1914, circulou até 1936. Foi revista de maior abrangência da época, com tiragem de 15 mil exemplares com 90 páginas. Esta revista apresentava “produtos fabricados pela Empresa Feminina Brasileira, associada à revista, foi disponibilizada a tinta para colorir os cabelos, evidenciando uma relação bastante antiga entre imprensa feminina, estetização corporal e marcas de consumo” (BRAGA, 2005: 5-6).

A autora ainda menciona a consolidação das indústrias e as emergências políticas dos movimentos feministas na década de 1960, respaldadas pelas manifestações e pelas ascensões de mulheres a cargos estratégicos no mundo do trabalho. O espaço para as publicações femininas foi consolidado como um “dispositivo de consumo” com o intuito de ampliar “a formação de um mercado voltado para ela, onde essa imprensa se instalou” (BRAGA, 2005: 5-6).

Nessa mesma perspectiva histórica, Hollenbach (2005) enfatiza que as publicações para as mulheres, desde seu surgimento eram respaldadas em pedagogias de gênero e sexualidade. As revistas adaptaram-se às propostas feministas, cooptando ideias desse movimento para angariar um grupo de leitoras inseridas no mundo do trabalho, e que ocupavam posições de prestígio, ampliando as possibilidades de espaços na sociedade do trabalho.

Desde que surgiram, as publicações destinadas às mulheres configuram-se como manuais a serem utilizados por elas na sua vida cotidiana. Se nos seus próprios primórdios elas ensinavam diferentes pontos de crochê, receitas de bolo, dicas de leitura e bom comportamento, conformando-se ao ideal de mulher das sociedades patriarcais, neste tempo de relativização dos papéis sociais, elas trazem respostas aos problemas de identidade característicos de uma cultura

globalizada e fragmentada (HOLLENBACH, 2005: 43, grifo nosso).

Hollenbach (2005) e Braga (2005) explicitam que as publicações forneciam as regras e normas, as dicas e os conselhos para ser “feliz”. Essa felicidade exaltada nas revistas femininas era um argumento para provocar o entretenimento utilizado por um estilo literário que conquistou o público de leitoras no século XX: a “auto-ajuda”.

A Revista **Nova**, lançada em 1973, foi considerada uma revista de vanguarda. Suas publicações abriam espaços para as discussões sobre o prazer sexual e a quebra de tabus como sexo e prazer. Liberação era a palavra de ordem da *Nova*. “Direcionada à ‘nova’ mulher que surgia na década de 70, a revista pregava liberação, conformando-se à idéia de que a relação entre o sexo, o saber e o poder é essencialmente repressiva” (HOLLENBACH, 2005: 7). Depois de quatro décadas no mercado editorial brasileiro, a revista ainda tem como palavra de ordem a liberação, mas não trata mais dos direitos, ao contrário, tem um insistente grito de intensificação do prazer do homem.

Hollenbach (2005) apresenta a divisão editorial de **Nova** em cinco partes: *Beleza e Saúde; Vida e Trabalho; Moda e Estilo; Amor e Sexo*. Para a autora, todas estas seções têm um assunto em comum: sexo. As palavras atitude, ousadia e independência, ressaltadas pela autora, estão relacionadas à ideia das leitoras trabalharem fora e ganharem seu dinheiro para consumirem produtos que prometem sensualizar os corpos femininos e suas performances.

[...] a revista sugere que todos os esforços das mulheres para se tornarem mais bonitas, magras, bem vestidas, interessantes, independentes financeiramente e até inteligentes estão direcionadas para a conquista de um homem com quem manter uma vida sexual, como se este fosse o objetivo máximo da existência feminina (HOLLENBACH, 2005: 78-79).

Com base nas discussões desta autora, evidenciamos o aspecto das teorizações foucaultianas que perpassam essa análise: “os corpos trariam impresos em si as marcas da cultura, e não da natureza” (BRAGA, 2005: 2). As culturas femininas foram enredadas e articuladas nas publicações para um ideal de beleza padronizada e sexualidade a serviço do macho. A mídia segmentada para o público feminino lança um sistema de normas para a produção de corpos docilizados por esses discursos.

Para Braga (2005), o corpo feminino está instituído nos produtos da mídia. Existem partes que podem ser melhoradas e elas são organizadas para que a mulher sinta-se convidada a repensar seu corpo, sua mente, sua sexualidade e suas maneiras de ser, pensar e agir na sociedade. Para essa educação do gênero feminino, as revistas se valem dos discursos morais, psicológicos, sanitários, médicos, estéticos e mercadológicos, criando em seu discurso um caráter de perícia sobre “como ser mulher” na sociedade do consumo. As revistas femininas, elaboradas por um grupo especializado, organizam um “todo coeso”. A autora destaca que seus públicos-alvo são “adolescentes, maduras, pobres, elitizadas e emergentes”. Elas compõem um mosaico de uma sociedade que exige um padrão de “ser mulher” para se incluir nas normativas instituídas.

Recorremos ao trabalho de Swain (2001) sobre “o fim do feminismo”. Uma das características que tem ganhado espaço nas discussões das revistas femininas é a ideia de que a mulher já conquistou seu espaço. Ela já é respeitada. Essa afirmação da autora colabora para a proposição de algumas de nossas questões: O feminino e o masculino são construções sociais, mas o que faz a hierarquização de gêneros e o desrespeito as diferentes formas de ser no mundo? O feminino é emotivo e o masculino racional? Nascemos dessa maneira? Devemos nos ater as questões biológicas para essa construção social de gênero?

[...] a televisão, as novelas, os romances, as revistas em quadrinhos, as revistas em geral, os jornais, a internet, etc., em seu espaço de recepção e interação, veiculam

representações sobre as mulheres, os homens, a sociedade. Imagens e textos compõem um mosaico que integra a maneira de se perceber o mundo e o desenho de sua positividade (SWAIN, 2001: 68).

As feministas de diferentes vertentes se preocuparam desde o início do século XIX em responder essas e outras questões. Não se trata de defender uma visão de movimento social que busca uma revolução das mulheres sobre os homens. Nesta discussão teórica uma das problemáticas caras ao pensamento feminista é a visibilidade às agressões. Swain (2001: 67) aponta “a violência direta e indireta que povoa o cotidiano das mulheres com agressões físicas, humilhações, palavras, gestos, é apenas um marco de imagens e representações que instauram um corpo genitalmente definido e reduzido a um sexo biológico”.

Além dessas violências presentes no cotidiano das mulheres, outras violências simbólicas aparecem nos discursos veiculados pelas revistas femininas como são os casos de bulimia, anorexia, traumas psicológicos crises de ansiedade. A “mulher nova” deve estar sempre embelezada e cheia de charme: “- e se seu parceiro quiser te bater na hora H? Ora, um tapinha pode esquentar as coisas!”. Essa permissividade é ensinada pelas revistas às suas leitoras. As pedagogias culturais de gênero permeiam esse segmento de mercado e povoam os imaginários sobre o que se pode fazer: o direito do macho.

Swain (2001) evidencia que as representações de gênero constituem modelos de ser na sociedade. São os discursos religiosos, o senso comum, a literatura, as ciências e todo material impresso e audiovisual que oferecem pedagogias do gênero e instauram representações sociais para serem vivenciadas. Esse encarceramento do gênero feminino em “corpo dócil” é uma das propostas da imprensa feminina e de suas lições de “como ser mulher”. Encontramos estes elementos nos discursos sobre “como ser mulher” no blog “Amigo Macho”²,

²A partir deste momento utilizaremos somente o termo Amigo Macho para ressaltar a pretensão do colunista da revista

ressaltando as proposições presentes nas postagens enviadas no mês de março de 2012.

Nesse período encontramos e selecionamos cinco publicações para esta análise: “**O videogame do casal: as fases antes de ir morar junto**”, publicado no dia 30 de março. “**Para os homens, tamanho importa**”, publicada em 22 de março. “**A novela do namoro no trabalho**”, publicada em 16 de março. “**Como os homens solteiros classificam as mulheres**”, publicada em 9 de março. “**Comportamentos femininos que afastam os homens**”, publicada em 2 de março. As publicações estão ordenadas conforme as postagens cronológicas organizadas nos blogs, que se dá do último texto aos anteriores, porque o acesso inicia-se no último texto publicado.

TEXTOS E TESTOSTERONA: OS DISCURSOS DO “MACHO”

O Dia Internacional da Mulher³ marca a conscientização política e a luta das mulheres por respeito, saúde, trabalho, direitos reprodutivos e judiciais, assim como suas causas políticas. Isso nos instigou a investigar os conselhos do “Amigo Macho” endereçado às mulheres, publicado no mês que discute os direitos das mulheres.

Entre as cinco postagens, nenhuma delas, mesmo as postagens do dia 9 de março houve discussão sobre os direitos e as possibilidades de “ser mulher” na sociedade brasileira. As colunas publicadas no *blog* eram todas relacionadas ao envolvimento

Nova, Alex Xavier, em ser a própria representação do Homem Macho que consome corpo feminino. Este colunista oferece conselhos úteis para seduzir ou prender seu macho. Parece uma espécie de auto-ajuda endereçada às mulheres, leitoras da revista Nova, para conquistar um homem.

³O Dia Internacional da Mulher lembra o episódio que ocorreu em 8 de março de 1857, quando 129 tecelãs, funcionárias de uma fábrica de tecidos em Nova Iorque paralisaram suas atividades para reivindicar a diminuição da jornada de trabalho de 16 horas diárias para 10 horas diárias, semelhante ao direito dos homens. A repressão foi violenta e todas foram presas e queimadas dentro estabelecimento. A partir de 1910, o dia 08 de março foi lembrado como Dia Internacional da Mulher. Informações do editorial da Revista Brasileira de Ginecologia e Obstetria no site http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-72032004000400001&script=sci_arttext.

afetivo-sexual de mulheres e homens, mantendo a heteronormatividade evidenciado nos discursos postados no *blog* que conduzem às formas de ser, pensar e agir da mulher a serviço do prazer masculino.

A publicação do dia 30 de março relata sobre algumas fases que os casais passam até chegar a “juntar os trapinhos e ver no que vai dar”, diz o Amigo Macho ao enumerar oito situações que ajudam a “ver a luz”. Para o Amigo Macho, são “pequenos rituais de casal, que **inconscientemente**, nos preparam para um comprometimento maior – ou nos alertam para pular fora rapidinho” (XAVIER, Alex. Amigo Macho, 30 mar. 2012, grifo nosso). Percebemos nestes discursos, a ideia de se preparar para firmar um compromisso ou não ter compromisso. O Amigo Macho evidencia que são “inconscientes” esses rituais, mas eles dão o sinal verde ou vermelho para os relacionamentos.

O Amigo Macho, em tom de brincadeiras com metáforas e palavras menos rebuscadas, escreve sobre as relações afetivas e sexuais direcionadas às mulheres. Ele diz o que pensa sobre o relacionamento entre homem e mulher. Mas, explica que é “macho”. Desse modo, evidencia a sua perspectiva de domesticação da leitora fêmea, que está ávida por aprender como agarrar seu “macho”. Para esses rituais, o Amigo Macho chama de “brincar de casinha” para saber se o relacionamento irar dar certo.

Com base nas discussões foucaultianas, inferimos que o Amigo Macho utiliza o termo “brincar de casinha” como algo natural do mundo feminino. As meninas foram educadas para aprenderem com seus brinquedos e suas brincadeiras, remetendo às suas funções e aos seus afazeres no mundo privado. Essa referência ao mundo feminino é uma das marcas presentes no texto do Amigo Macho para aproximar a leitora do sonho heteronormativo de se casar, ter filhos, cuidar da casa, do marido, das crianças e ainda trabalhar para ser bem sucedida: a proposta da “mulher nova”.

O casal deve “criar intimidade”, aconselha o Amigo Macho. Saírem juntos para fazerem programas divertidos, mas, com certeza, só depois que “já se viram pelados diversas vezes”. O Amigo Macho aconselha também ir ao cinema, sair com os amigos, mas criar programas só para o casal depois que o sexo virou rotina, não antes disso. A satisfação do

sexo é a condição para que o “macho” goste dessa “mulher nova”. Esse discurso do Amigo Macho está em sintonia com as mensagens expressas nas capas da revista que circulam mensalmente com slogans para seduzir um macho e prometem ensinar as diferentes formas de “enlouquecer seu macho”, “satisfazer suas vontades”. Os conselhos da revista conduzem à subserviência da sexualidade feminina a favor do homem.

O segundo “ritual” é uma continuação do primeiro. A ideia do “bodear” que o Amigo Macho aconselha são os programas que podem ser feitos em casa, como assistir tevê, ouvir um CD velho, comer, falar besteira. “E, claro, transando entre uma atividade e outra”. O Amigo Macho explica que algumas pessoas querem se “livrar” do parceiro depois do sexo, mas existem outras que a leitora não vai nem ver o tempo passar enquanto os dois retomam o fôlego. É expresso pelo Amigo Macho que se o sexo for bom e o “cara” não for embora, pode ser que “[...] vocês acabam de lançar a pedra fundamental do namoro” (XAVIER, Alex. Amigo Macho, 30 de março de 2012). Essa afirmação do blogueiro ressalta a ideia de que a “mulher nova” deve saber as diferentes posições sexuais e tipos de artifícios que intensifiquem o prazer masculino.

O próximo pequeno ritual que deve ser seguido pelos casais é sair com outros casais para “enaltecer a vida sossegada e deixar claro que ninguém ali sente falta de cair na farra de vez em quando”. O Amigo Macho enfatiza que ser solteiro não é um problema, mas deve dizer ao solteiro ou à solteira que encontrará alguém para se relacionar e criar as fantasias heterossexuais de casais perfeitos. Um dos enunciados presentes nessa formação discursiva é a ideia de que existe um “final feliz” com o casamento ou o nascimento do primeiro filho, como divulgam as novelas e muitos comerciais televisivos.

Depois de exaltar o **status** de relacionamento sério que passou das redes sociais e começou a fazer sentido na vida do casal, chega a hora de desenvolver laços com as famílias. Então o Amigo Macho propõe que o casal visite parentes e mostrem como eles formam um “belo par”. As interrogações da família sobre filhos e casamento reforçam o ideal monogâmico e patriarcal de família que temos na sociedade do consumo.

Depois dessa fase, relembra que “as meninas” se aproximam das personagens de novela e “os meninos” de um personagem de jogos virtuais que vencem as fases para ganhar o título de “herói”, o Amigo Macho ressalta o vilão da próxima fase: os sacrifícios a serem aceitos.

A troca de perspectivas é terapêutica. Um cara, por exemplo, pode aceitar acompanhar a mulher nas compras – mesmo que seja para carregar sacolas. Por outro lado, a mulher pode ir com ele a um jogo de futebol (eu avisei sobre o estereótipo, não?) – ainda que nem torça pelo mesmo time. O risco é um começar a gostar da mudança enquanto o outro se liga que seu passatempo era bem mais divertido quando não estava acompanhado (XAVIER, Alex. **Amigo Macho**. 30 de março de 2012).

Ao demonstrar que está apto a aceitar as meninas emotivas e que gostam de gastar, características estereotipadas da “mulher nova”, o Amigo Macho, afirma que o homem tem que demonstrar afeto. Esse é o sexto passo. Percebemos aqui que ele indica ser uma atividade de mulheres e não de homens. Esse passo é o cuidar de bichos. E ele diz que pode ser um animalzinho que a parceira ame, mas também um sobrinho, do qual ele terá que ter a postura de tio legal. Afinal, as meninas se derretem pelos galãs que são carinhosos com crianças e animais.

O senso comum e o ideal de homogeneização das relações afetivo-sexuais, propostas pelo Amigo Macho, nos remetem aos discursos de consumismo, beleza e emoção que configuram o “padrão” no mundo feminino. O *blog* assume os ideais heteronormativos e binários dos mundos “masculinos” e “femininos”. Esses ideais são propostos pelas diferentes mídias impressas e audiovisuais e fortalecidos pelos discursos de um manual ressaltados por Hollenbach (2005). São proposições para que as “mulheres” vejam que os parceiros machos pensam

como elas, mas que elas devem ser pacientes e tentar demonstrar que estão receptivas, abertas e entregues ao prazer deles. Depois disso, chega a fase da viagem, em que os dois irão passar um mês, por exemplo, viajando por diferentes lugares para se conhecerem e se perceberem.

Essa proposição está ligada ao último passo, a procura de imóveis, antes de “juntarem os trapinhos”, como ressalta o Amigo Macho. Para não assustar o macho, a mulher bem sucedida e ativa, que sabe diversas maneiras de enlouquecê-lo na cama, faz essa procura pelo “castelo encantado” onde viverão “felizes para sempre” parecer “um jogo inocente”. O objetivo é procurar um imóvel e pensá-lo nos momentos de prazer e diversão entre o casal, esse seria o último passo para o casal viver junto. Se todos os passos derem certo o Amigo Macho declara: “Se a relação sobrevive intacta a estes rituais, dê logo um passo mais largo. O maior teste de todos, quando tudo parece estar no lugar, é dar uma bagunçada. E juntar os trapinhos para ver no que vai dar” (XAVIER, Alex. **Amigo Macho**, 30 de março de 2012).

Nessa publicação do Amigo Macho aconselha a “mulher nova” que ela deve passar por todos os passos e “sobreviver” a essas fases. Quando a mulher sabe que pode investir nesse homem para tentar os oito passos? O Amigo Macho também ensina como saber se está na hora de tentar esse jogo. No dia 9 de março de 2012, o Amigo Macho publica o texto “Como os homens solteiros classificam as mulheres”.

A leitora que estiver disposta a tentar os oito passos precisa perceber se ela foi categorizada como “lanche”, “gaveta” ou “rolinho”. Só as mulheres independentes e bem sucedidas que sabem os diversos artifícios sexuais e usam as maquiagens e produtos que a **Nova** oferece como um ideal de beleza e sensualidade que forem categorizadas como rolinho pode tentar os oito passos. Se o “macho” acha que ela é um “lanche” ou uma “gaveta” ela não será bem sucedida ao tentar agradar o “cara” porque ele não a escolheu para ser sua “princesa”.

Essas categorizações feitas pelo blogueiro definem se os machos consideram as “mulheres novas” como um “lanche”, que seria só para o sexo, ou se elas são “gavetas” quando ligam para elas ao estarem carentes ou excitados, ou ainda o “rolinho”

que definiriam as “mulheres novas” que podem ter chance de tornarem-se futuras namoradas dos machos.

O Amigo Macho inicia a coluna em tom de autoridade. Conta que quase toda semana uma leitora (mulher independente e bem sucedidas que a *Nova* ensina a “ser mulher”) conta-lhe “que conheceu um cara bacana, começaram a sair e, quando pareciam viver o amor de suas vidas, ele jogou um balde de água fria ou apenas deu uma sumida” (XAVIER, Alex. **Amigo Macho**, 9 de março de 2012). Parece que não é a “mulher nova” quem escolhe se terá as oito fases do vídeo-game para premiar o casal vitorioso para “juntar os trapinhos”.

Outro exemplo de classificação das mulheres feitas pelos “machos” é a postagem do dia 2 de março, sobre os “comportamentos femininos que afugentam os homens”. Nessa publicação, o Amigo Macho afirma ser um mito da mulher pensar que os “machos correm atrás de qualquer rabo-de-saia que surge na frente” (XAVIER, Alex. **Amigo Macho**, 2 de março de 2012). O Amigo Macho contesta essa ideia e diz que nem sempre é assim, por que os “testículos não tomam decisão por eles”. Para o Amigo Macho, a beleza é fundamental, mas existem outros atributos que a “mulher nova” deve ter para o deleite do “macho”.

O blogueiro apresenta os sete perfis que “afugentam” os pretendentes. Para cada um dos perfis tem uma breve explicação. Ao final da postagem, comenta que se estivesse falando do comportamento masculino, as mulheres também sairiam correndo. Essa categorização não leva em conta as relações, os problemas ou as vivências dos sujeitos. As categorias apresentadas pelo Amigo Macho são: Grudenta, Babá, Barraqueira, Pinguça, Conectada, Rainha da Colméia e Uruca.

Essas representações estereotipadas marcam a imagem de mulher e definem ações e pensamentos sobre o que elas não devem fazer. No caso da mulher “grudenta”, o Amigo Macho avisa, que “a maioria dos caras não vai às festas pensando em se apaixonar por toda vida”, então ele cita que o casal “ficou” e a garota já se pendurou no pescoço dele, não deixa nem ele ir ao banheiro, fazendo com que ele não ligue no dia seguinte.

Ignora-se o fato de conhecer alguém e mantém-se uma relação de “ficar”. Recorremos as

teorizações de Bauman (2005) sobre o consumismo que alterou nossas relações afetivas, sociais e políticas, pois encontramos relações cada vez mais “descartáveis”. Nosso intuito não é julgar se essa tendência é boa ou ruim, mas detectar no discurso do Amigo Macho as sensações da descartabilidade, quando cita que “os caras” não querem mais conhecer pessoas e quando quiserem, as meninas devem estar ali, prontas para ficar ao lado deles à noite toda.

A segunda classificação é a Babá. O Amigo Macho define essas mulheres como aquelas que falam com “voz de desenho animado” e abusam “dos diminutivos graciosos e das expressões infantilizadas” [...] “assusta mesmo, pois temos a impressão que vão querer fazer cócegas na nossa barriga ou algo parecido”. A classificação de babá é inserida com o seguinte discurso “se você quer um sujeito que se comporte de forma madura, tratá-lo como se fosse uma criança não é uma tática muito boa”. Essa definição explicita um discurso de que as mulheres buscam homens protetores e que representem segurança e estabilidade.

A infantilização das mulheres é um discurso comum entre as proposições do patriarcado para “inferiorizá-las”. Para Rago (2002), a medicalização do corpo feminino feita em meados do século XVIII e início do XIX explicita que a mulher é um homem imperfeito, ainda não maduro. Essa maturidade é uma característica do masculino, que não tem alterações bruscas em sua condição hormonal. O discurso de “babá” do Amigo Macho rememora a mulher à condição materna que deve estar sempre à serviço da formação dos meninos em homens e das meninas em boas esposas.

A terceira categoria é opostamente binária a segunda. A mulher que quer ser “sexual” não deve ser materna, mas a mulher também não deve ser “vilã”. O Amigo Macho menciona que a “barraqueira” é outra característica que afugentam “os caras”. Esse é o perfil de mulher que dá um “piti”, que é desequilibrada. O Amigo Macho ainda faz algumas “piadas” com o público feminino ao comentar: “não é à toa que ciclones levam nomes de mulheres” porque “mulherada dá barraco com megafone” (XAVIER, Alex. **Amigo Macho**, 2 de mar.2012).

Ele explicita que alguns homens são “chiliquentos”. Mas que todos, mesmo esses que gostam

de “dar showzinho” fogem de mulheres que fazem “showzinho”. A representação da mulher está sempre relacionada a uma psicologia medicalizada. Os “machos” não gostam de mulheres que se apresentam desconfortáveis. Elas devem ser doces e meigas. Não devem ser “babás”, mas também não podem ser agressivas.

Outra observação do Amigo Macho são as mulheres categorizadas como “pinguças”. Esse perfil é o da “garota mamada”, a menina que bebe é mal vista pelos pretendentes “machos”. Elas devem ficar “soltinhas”. Estar soltinha significa beber o suficiente para querer sexo, não mais que isso. Lembremos que a “mulher nova” é independente e tem sempre todo seu “arsenal de conquista” oferecido pela revista *Nova*, mas não devem passar do que a sociedade considera ser uma dama.

O Amigo Macho aponta outros perfis desagradáveis aos machos caçadores de suas presas. Sobre essas representações recorremos a Heleieth Saffioti (2004) que analisa as faces do poder como potência ou impotência. Isso se expressa na relação ativa do caçador masculino e a passiva da presa feminina que devem ser mantidas. Qualquer proposição a atividade feminina é demonstrada socialmente como uma impotência do macho. Essa representação simbólica está condensada na ideia de que o “macho” é quem escolhe. Esse discurso patriarcal, presente no senso comum, sustenta os conselhos do Amigo Macho⁴ sobre como deve ser o comportamento da “mulher nova”.

As mulheres “conectadas” e “rainhas da colmeia” também são mal vistas. As primeiras estão sempre com o celular na mão e demonstram ao “macho” que “queria estar em qualquer outro lugar, menos ali”. As últimas são aquelas que estão “cercadas de amigas”. O Amigo Macho argumenta que raramente os homens querem essas mulheres porque tem “plateia demais”. Ele ainda dá o conselho às “rainhas da colmeia” que “se sua intenção é apenas curtir a noite com elas, perfeito. Do contrário, abra um pouco mais de espaço”.

Para o Amigo Macho, a mulher deve ser convidativa. Além de usar roupas provocantes, maquiagens que escondam as “imperfeições” que surgem a todo o momento abrindo mercados de cosméticos, roupas e estilos, mas também devem se oferecer

com certa intenção. No discurso do Amigo Macho lembra que hoje se busca fazer sexo. Para envolvimento afetivos, é o “macho” que deve colocar o rótulo de “rolinho”. Se não estiver nessa categoria, a moça deve estar disponível a novos “caras”, até que um deles a escolha.

A última categoria do Amigo Macho é a “Uruca”. Essa mulher é aquela que não sorri, fica de cara fechada quando deveria estar curtindo e, para ele, esse perfil “diz muito sobre o modo como leva a vida”. A expressão fria de mulheres é aceita “em uma mesa de pôquer”, porque se não for sensual, a cara fechada não leva você, “mulher nova” a nada. Ele explica que os “homens fogem das amargas como diabo da cruz”.

O rótulo usado pelo Amigo Macho aproxima-se do discurso evidenciado da mulher de que deve estar disponível ao sexo, para que o “macho” decida se a quer só para transar ou será promovida a “rolinho”. Vimos que a proposição do Amigo Macho é real. O manual masculino é um folheto frente e verso cheio de categorias do que eles querem sem abrir mão de nada. O homem é discursado como um sujeito da caça, ativo, pronto para o sexo e a “mulher nova” deve estar pronta, lambuzada de diferentes cremes, cabelos feitos, mãos e unhas asseadas e poucos pânos. O objetivo de *Nova* é respaldado no *blog* do Amigo Macho: fazer a mulher disponível ao sexo e à vontade do homem.

Outros dois conselhos estão nas postagens do Amigo Macho e são direcionadas as leitoras da *Nova* para ajudar em seu processo de “aquisição” das características necessárias a essas mulheres que precisam agradar seu “macho”. No dia 16 de março de 2012, o Amigo Macho apresenta “A novela do namoro no trabalho”. Rememoramos que o termo novela foi inserido pelas emissoras de rádios e TV no vocabulário feminino. Assistir novela, ver os dramas da vida cotidiana e emocionar-se são características femininas na cultura patriarcal.

⁴Foucault (2006) em *Microfísica do Poder* discute com Gilles Deleuze sobre o papel dos intelectuais e explicita as expertises. O intelectual ou o especialista é aquele que tem uma “licença” social para falar sobre determinado caso e dar conselhos, mostrar melhores saídas. É do amigo “macho” esse papel nos jogos de conquista.

O Amigo Macho relata: “uma amiga estava interessada em um colega de escritório e **pediu minha orientação**”. Percebemos na constituição dessa frase que as mulheres podem se interessar pelos homens, desde que tenham supervisão de um “Amigo Macho” para saber como proceder. Essa referência ao “macho” nos faz pensar em alguns critérios para os amigos “não-machos”. Esse discurso expressa um preconceito de sexualidade nesse heterônimo de Alex Xavier – o Amigo Macho. Afinal, o amigo “não-macho” é aquele que fala de maquiagem, cabelo, cremes e produtos de beleza?

Solicitado por sua amiga, o Amigo Macho “ensina” um plano para a conquista feminina. Sua primeira lição para a “mulher nova” é “agir com discrição”. Como um expert, o Amigo Macho faz uma breve explanação para mostrar como o local de trabalho pode ser propício para os flertes. Diz o Amigo Macho: “a grande maioria das mulheres com quem me envolvi seguiam a mesma carreira que eu ou, de algum modo, estavam ligadas ao meio editorial”.

O Amigo Macho reforça esse discurso dizendo: “quanto casais de médicos, engenheiros, arquitetos você já não conheceu”. Para explicar as dificuldades desse envolvimento, a pedagogia da sexualidade do Amigo Macho recorre às novelas para explicar que as “mulheres nova” devem ter precauções ao se relacionar com colegas de trabalho. Como nos discursos das novelas, todo relacionamento “tem audiência garantida, pois da copeira ao diretor da companhia, todos ficam de olho nas tramas (em alguns casos, até subtramas) e acham que podem palpitar sobre os próximos episódios”.

O Amigo Macho diz que não há leis proibindo o namoro entre funcionários, entretanto, as empresas justificam esses casos como ruins para a produtividade. Pensando nisso, ele deu o seguinte conselho a uma amiga: “Disse para minha amiga não passar do flerte inocente dentro da empresa e deixar a aproximação maior para um *happy hour* da turma do escritório, por exemplo”. Sua explicação para esse movimento é que “depende do bom senso dos dois”. Ele recomenda manter segredo no começo, porque no início pode ser apenas um “lanche” ou uma “gaveta” e correr o risco de estragar o clima do escritório se houver maior interesse de uma das partes.

O discurso da sociedade machista aparece no *blog* do Amigo Macho em diversos trechos das postagens citadas. Encontramos essas marcas expressas sobre o relacionamento entre o homem e a mulher no espaço do trabalho. Segundo o blogueiro, as mulheres devem ter cuidado porque alguns homens que são colegas no trabalho podem espalhar para a empresa algumas verdades inverdades que podem prejudicá-la. Ele diz que por mais que ela [a mulher nova] seja bem sucedida e que não há o que possamos fazer para mudar nossa sociedade que, para ele, parece machista essencialmente negligencia as possibilidades de educação para os gêneros e sexualidades.

O Amigo Macho reconhece nos discursos que circulam em nossa sociedade como machistas, mas ele não se inclui como machista. Os ditos no *blog* potencializam uma pedagogia de sexualidade e gênero. São técnicas, estratégias, métodos e alguns “truquezinhos” para seduzir o “macho” que é “birrento”, por isso as coisas precisam sair do seu jeito, para que a mulher não se torne um problema. O discurso do “macho” é “faça o que eu quero e terá seu sonho de príncipe encantado realizado”.

No dia 22 de março de 2012, nossa última postagem publicada, é intitulada “Para homens, tamanho importa”. Esse texto visibiliza a necessidade masculina de que tudo seja visto à sua maneira. A publicação trata do filme “Shame” lançado naquela semana, em que o ator Michael Fassbender aparece nas telas de cinema, em um nu frontal. O Amigo Macho fica fascinado com o “tamanho” do pênis do ator. Em um trecho ele explicita que é “impossível não reparar”. Seu discurso de macho ao ver o pênis de outro homem, já que essa atitude não se encontra na cartilha do macho, é o único falo a ser visto, é que o diretor “quase esfrega o pênis do protagonista na cara da platéia”.

O Amigo Macho explicita sua admiração quando diz: “olha que aparece em ponto morto – imagine quando engata uma quarta ou uma quinta com aquilo”. Essa referência ao carro é muito explicitada pela vertente psicanalítica de teorizações feministas. O comparativo do pênis a diferentes ferramentas de ação não param por aí. O Amigo Macho ainda cita “creio que ninguém precisa ter uma enxada para saber cultivar”, dizendo que a

“mulher nova” deve ser condescendente ao “macho” que tem medo de não ser “o maior pênis e o mais gostoso que vocês já provaram”.

Ele comenta como a mulher deve proceder nestes casos: “Bem faz uma amiga minha que sempre dá uma elogiada, mesmo quando não está diante da oitava maravilha do mundo”. Os homens nem sempre sofrem por não serem bonitos, ou por não serem bem sucedidos em suas carreiras, mas eles sofrem se tiverem o pênis pequeno. As mulheres alisam os cabelos, pintam as unhas, tiram os pelos do corpo, lambuzam-se de cremes para ter a pele sedosa e macia, usam maquiagem, querem seios fartos, quadril largo e cintura mais fina possível. Em contraponto, o discurso do blogueiro sobre a preocupação masculina é o tamanho do pênis.

Nossa sociedade educa as mulheres para isso? O blog do Amigo Macho é um exemplo de sexualização do comportamento feminino por meio de uma orientação prática para que a mulher seja “amada” pelo macho, o blog vai se configurando em uma Pedagogia da sexualidade. Além de estar sempre asseada e utilizar o maior número de cosméticos, tipos de saltos-altos, maquiagens e muitas roupas, elas devem ser fáceis, mas não muito, devem estar interessadas em sexo e estar disponíveis a escolha do macho para as categorias. “São eles quem escolhem”, na opinião do Amigo Macho.

Ao questionarmos as propostas do “ser mulher” disponibilizadas no blog da revista *Nova*, questionamos o padrão e as normas instituídas pelos discursos do consumo, da beleza e da subserviência proposta às mulheres. Hall (2003) afirma que a entrada das teorias e das pesquisadoras feministas no Centro de Estudos em Birminghan evidenciou aos pesquisadores de cultura a necessidade de pesquisar a subjetividade e as questões de gênero nos discursos produzidos e propagados nas diferentes mídias.

Ao demonstrar que o “pessoal é político”, salienta Saffioti (2004) em uma das propostas das teorizações feministas que se inscrevem nos fios condutores desse eixo de análise dos discursos propagados pelos *blogs* sobre os modos de ser, pensar e agir no mundo. Formular indagações e questionar as normativas apresentadas no *blog* é uma das ações para problematizar e questionar os discursos machistas que permanecem em nossa

sociedade. O questionamento dessas proposições potencializa a busca de novas leituras e o aparecimento de diferentes propostas para a formação docente.

Pensar como intelectuais, eis as propostas de Giroux (1997), Hall (2004), Foucault (2006) que propõem problematizar as formações discursivas para enxergar outras possibilidades e visibilizar diferentes lutas. É uma das proposições presentes na constituição das pesquisas que oportunizam as pesquisas em diversos eixos, visibilizam as práticas opressoras e, quem sabe, fortaleçam novas proposições e diferentes discursos na busca de uma formação menos sexista e normatizadora.

CONSIDERAÇÕES

Ao problematizar os discursos veiculados no blog Amigo Macho, procuramos desconstruir a opinião do blogueiro Alex fundado no machismo e que educam as performances de gênero e sexuais. A proposição de questionar, esses discursos com seus ditos e silêncios oportunizam a reflexão de educadoras e educadores sobre uma problemática que contempla o currículo, a didática e a formação docente. Entendemos que o momento atual é propício para discutir a educação sexual no currículo escolar ancorada na vivência cotidiana de um segmento feminino que é veiculado na mídia.

Neste artigo questionamos os discursos que apontam os modos de “como ser mulher” nas publicações lançadas no mês de março de 2012 pelo blogueiro Alex Xavier - o “Amigo Macho”. Enfatizamos as potencialidades pedagógicas de um *blog* que toca a subjetividade sobre a sexualidade, observadas no cotidiano empírico, funcionando como uma espécie de auto-ajuda às mulheres que desejam conquistar um homem. Esse espaço é oportunizado ao blogueiro e suas leitoras que ao fim de cada postagem parabenizam o Amigo Macho por tê-las “ajudado” no procedimento para agradar os “machos de plantão”.

Situado entre os discursos de uma das revistas considerada inovadora em sua entrada no mercado editorial, o *blog* do “Amigo Macho” de Alex Xavier não é o único a disseminar uma cultura “misógina”.

Outros produtores, jornalistas e profissionais da comunicação endossam discursos sobre os modos de ser, pensar e agir como “mulher” no mundo. As postagens enviadas a este *blog* apontam um tipo de “mulher nova” que para conquistar o seu homem deve ter uma disposição permanente para “satisfazer” os desejos do “macho”.

Nessa perspectiva, prevalece a ideia que permeia o meio social masculino de que se a mulher não satisfaz os desejos do homem, há outras mulheres de plantão dispostas a satisfazer esses desejos. Prevalece, portanto, a continuidade da sociedade que educa o homem para ser o macho que detém o controle na relação entre o homem e a mulher.

Apesar de a mulher ocupar cada vez mais os altos cargos no mundo do trabalho, o exemplo é a presidente da República, ainda predomina uma visão historicamente construída e dominante da superioridade masculina nas mensagens midiáticas.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. (2005). *Identidade*: entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução, Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- BOURDIEU, Pierre. (2003). *A dominação masculina*. Tradução, Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- BRAGA, Adriana. Corpo e Agenda na Revista Feminina. In: *Cadernos IHU idéias*. ano 3. n. 40, 2005. (1-24). Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/braga-adriana-corpo-verao-agendamento-corporal-na-imprensa-feminina.pdf>. Acesso em: 20/04/2012.
- DICIONÁRIO Online. Disponível em: <http://www.dicio.com.br/>. Acesso em: 10/06/2013.
- FOUCAULT, Michel. (1987). *Vigiar e Punir*: nascimento das prisões. Tradução, Raquel Ramallete. 27. ed. Petrópolis: Vozes.
- FOUCAULT, Michel. (1988). *História da Sexualidade I*: a vontade de saber. Tradução, Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal.
- FOUCAULT, Michel. (2006). *Microfísica do Poder*. Tradução, Roberto Machado. 22. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal.
- GIROUX, Henry A. (1997). *Os professores como intelectuais*: rumo a uma pedagogia crítica da aprendizagem. Tradução, Daniel Bueno. Porto Alegre: Artes Médicas.
- HALL, Stuart. (2003). *Da Diáspora*: Identidades e mediações culturais. Tradução e organização, Liv Sovik. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- HOLLENBACH, Gabriela Boemler. (2005). *Sexualidade em revista*: as posições de sujeito em Nova e TPM. UFRS. (Dissertação de Mestrado) Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação.
- LOURO, Guacira Lopes. (2003). Pedagogias da Sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). *O corpo educado*: pedagogias da sexualidade. 2. ed. 2. reimp. Belo Horizonte: Autêntica. (7-34).
- LOURO, Guacira Lopes. (2008). *Um corpo estranho* – ensaios sobre sexualidade e teoria queer. 1. Ed. 1. reimp. Belo Horizonte: Autêntica.
- SAFFIOTI, Heleieth. (2004). I.B. *Gênero, Patriarcado, Violência*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- SWAIN, Tania Navarro. (2001). Feminismo e recortes do tempo presente. *São Paulo em Perspectiva*. v. 15. n. 3, p.67-81.
- XAVIER, Alex. Amigo Macho (blog). Disponível em: <http://nova.abril.com.br/blog/amigo-macho/>. Acesso em: 4 abr. 2012.

FONTES

- XAVIER, Alex. O videogame do casal: as fases antes de ir morar junto. *Amigo Macho*. Disponível em: <http://nova.abril.com.br/blog/amigo-macho/2012/03/30/o-videogame-do-casal-as-fases-antes-de-ir-morar-junto/>. Acesso em: 04 abr. 2012.
- XAVIER, Alex. Para os homens, tamanho importa. *Amigo Macho*. Disponível em: <http://nova.abril.com.br/blog/amigo-macho/2012/03/22/para-os-homens-tamanho-importa/>. Acesso em: 04 abr. 2012.
- XAVIER, Alex. A novela do namoro no trabalho. *Amigo Macho*. Disponível em: <http://nova.abril.com.br/blog/amigo-macho/2012/03/16/a-novela-do-namoro-no-trabalho/>. Acesso em: 04 abr. 2012.

XAVIER, Alex. Como os homens solteiros classificam as mulheres. *Amigo Macho*. Disponível em: <<http://nova.abril.com.br/blog/amigo-macho/2012/03/09/como-os-homens-solteiros-classificam-as-mulheres/>>. Acesso em: 04 abr. 2012.

XAVIER, Alex. Comportamentos femininos que afugentam os homens. *Amigo Macho*. Disponível em: <<http://nova.abril.com.br/blog/amigo-macho/2012/03/02/comportamentos-femininos-que-afugentam-os-homens/>>. Acesso em: 04 abr. 2012.

Recebido em: 24/03/2013

Aceito em: 15/05/2013