

Sev

A REVISTA QUE ENTENDE A CABEÇA DO HOMEM

ADRIANE CÂMARA

Gênero e Sexualidade
naSEXY:

UM ROTEIRO PARA A
MASCULINIDADE HETEROSSEXUAL

ORIENTADORA

Professora Doutora

JANE FELIPE

"NAS SOCIEDADES CONTEMPORÂNEAS
UM CORPO JOVEM É PROCLAMADO
COMO ALGO A SER DESEJADO,
PERSEGUIDO,
MINUCIOSAMENTE INVESTIDO"

Recorte
do ano
2005

INVESTIGANDO
AS DOZE EDIÇÕES:
AS MUDANÇAS, AS MULHERES
NA REVISTA E MAIS...

**REFERENCIAL
TEÓRICO!**

ESTUDOS FEMINISTAS,
PERSPECTIVA
PÓS-ESTRUTURALISTA
DE ANÁLISE

**UFRGS
PPGEDu**

DISSERTAÇÃO APRESENTADA
EM 21 DE JUNHO 2007
PORTO ALEGRE

**MULHERES
ENSINAM!**

CONQUISTAS
AMOROSAS,
HIGIENE E
DESEMPENHO
SEXUAL

CORPO JOVEM!

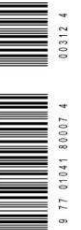
UM ELEMENTO
IMPORTANTE NAS
FANTASIAS
MASCULINAS

**TODO HOMEM QUER UMA
AMANTE?**

A PESQUISA PROBLEMATIZA
AS POSTURAS MASCULINAS
NOS RELACIONAMENTOS
ESTÁVEIS

CONSIDERAÇÕES
FINAIS:

**O QUE UM HOMEM
REALMENTE QUER VER?**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: EDUCAÇÃO, SEXUALIDADE E RELAÇÕES DE GÊNERO**

ADRIANE PEIXOTO CÂMARA

**GÊNERO E SEXUALIDADE NA REVISTA *SEXY*: UM ROTEIRO PARA A
MASCULINIDADE HETEROSSEXUAL**

Porto Alegre

2007

ADRIANE PEIXOTO CÂMARA

**GÊNERO E SEXUALIDADE NA REVISTA *SEXY*: UM ROTEIRO PARA A
MASCULINIDADE HETEROSSEXUAL**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Educação.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Jane Felipe de Souza

Porto Alegre

2007

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO-CIP

C172g Câmara, Adriane Peixoto

Gênero e sexualidade na revista Sexy : um roteiro para a masculinidade heterossexual [manuscrito] / Adriane Peixoto Câmara. – 2007. .
133 f.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Educação. Programa de Pós-Graduação em Educação, Porto Alegre, BR-RS, 2007.

Orientação: Jane Felipe de Souza

1. Gênero – Sexualidade – Sexy (Revista). 2. Gênero – Masculinidade – Heterossexualidade – Representação. 3. Estudos feministas. 4. Estudos culturais. I. Souza, Jane Felipe de. II. Título.

CDU: 396:659.3

Bibliotecária responsável: Jacira Gil Bernardes CRB 10/463

AGRADECIMENTOS

O momento dos agradecimentos é a retomada de uma trajetória que, se por um lado, se apresenta solitária e tortuosa, por outro lado encontramos nas pessoas que nos acompanharam acalentos, soluções, risadas... Concordo com todos os colegas que, em suas dissertações/teses, ressaltam a importância dos inúmeros incentivos que recebemos ao longo do processo investigativo-criativo e na conclusão de um trabalho acadêmico.

A primeira pessoa que me vem à mente neste momento, e que preciso, com alguma urgência, agradecer é minha orientadora, Prof^a. Dr^a. Jane Felipe. Eu não poderia deixar de citar e, por conseguinte, esquecer a sua acolhida pra lá de carinhosa, quando decidiu organizar um “chá de casa nova” para uma mineira recém-chegada ao Rio Grande do Sul (que boa oportunidade para confraternizar e conhecer as colegas!). Obrigada por compartilhar com todas/os nós, seu talento e competência, pela sua conversa sempre aberta e ao mesmo tempo carinhosa, e também pelas várias oportunidades que me concedeu para expor minhas idéias de pesquisa. Eu também não poderia deixar de agradecer pela sua imensa compreensão quando passei por períodos complicados e difíceis, dos quais sem seu incentivo, eu não poderia ter continuado.

À minha mãe, Lourdes, e ao meu pai, Kleber, pessoas tão especiais em minha vida. Obrigada pelas lições duras, mas essenciais, obrigada pelas palavras doces e carinhosas que sempre aqueceram meu coração nos momentos mais difíceis, principalmente quando resolvi buscar novos ares (frios, diga-se de passagem). Obrigada pelo apoio incondicional, tanto nas minhas decisões mais “ousadas”, quanto nos momentos de angústia e questionamento em torno dessas mesmas decisões.

Ao Glênio, companheiro querido, obrigada pelo grande aprendizado que você me proporciona ao seu lado. Obrigada pelos fundamentais “socorros técnicos” (aprendi a ter carinho e paciência com o computador através dos seus exemplos diários). Obrigada por sempre poder contar com o seu talento criativo, com sua disciplina e compromisso.

De maneira igualmente carinhosa, é preciso agradecer ao meu grupo de orientação, pela receptividade e pelas leituras atentas: Ana Paula Sefton, Suyan, Alexandre Bello, Lourdes, Alissandra, Maria do Rosário e mais recentemente, Bianca Guizzo.

Aos professores da banca de qualificação, Prof. Dr. Fernando Seffner, e o Prof. Dr. Roger Raupp Rios, pelas contribuições fundamentais para o andamento deste trabalho, não somente no momento da qualificação, mas também no decorrer das aulas.

Às professoras Guacira Lopes Louro e Dagmar Meyer, pela receptividade e oportunidade de aprofundamento teórico-metodológico.

Ao Programa de Pós-Graduação em Educação da UFRGS, pela grande oportunidade, e por disponibilizar um serviço de ótima qualidade para os seus alunos/alunas.

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo principal problematizar a revista *Sexy* como um roteiro para a masculinidade heterossexual. Para tal, foi selecionado como *corpus* de análise o ano de 2005 da referida revista, num total de doze edições. O referencial teórico deste trabalho é o dos Estudos Feministas e dos Estudos Culturais de inspiração pós-estruturalista. Este trabalho opera um conjunto de conceitos, tais como gênero, sexualidade, masculinidade, representação. O recurso que orientou a aproximação com o material empírico foi analisar, ao longo das doze edições, tudo o que a revista disponibilizou (mensalmente) para seus leitores masculinos, a saber: as reportagens sobre comportamento, sexualidade, viagens, consumo, as entrevistas, informações sobre livros, cinema e DVD, além dos ensaios fotográficos de nu feminino, centrais para a publicação. Também lança um olhar para a relação entre os profissionais que trabalham na revista (homens e mulheres) e os possíveis leitores, observando paulatinamente o desenvolvimento de uma relação de ensino-aprendizagem que a revista estabelece com seus leitores masculinos. Este tipo de exploração do material empírico, que buscou fundamentalmente regularidades, permitiu argumentar que a masculinidade heterossexual, construída culturalmente, é orientada pelos roteiros disponíveis no mercado (ou seja, as inúmeras revistas masculinas que existem atualmente, visam basicamente o entretenimento masculino, incluindo a revista *Sexy*) em que se exerce com o leitor masculino uma relação pedagógica, ou seja, de ensino-aprendizagem sobre o que é ser um homem heterossexual (em termos de preferências, incluindo as preferências sexuais) e especialmente como se comportar sexualmente. Embora haja um esforço por parte da revista, em sempre delimitar bem os espaços do masculino e do feminino, através da noção de essência, os sentidos atribuídos ao que é 'essencialmente' do homem e ao que é 'essencialmente' da mulher escapam, sobretudo quando analisamos os lugares das mulheres na publicação. Ou seja, se por um lado, as mulheres ocupam o centro dos desejos eróticos masculinos (especialmente as modelos, atrizes ou cantoras muito jovens), por outro lado, as jornalistas mulheres escreveram e orientaram não somente como os homens devem se relacionar com as outras mulheres, mas também como os homens devem se comportar sexualmente.

Palavras-chave: Estudos Feministas – Gênero – Sexualidade – Representação – Masculinidade Heterossexual.

ABSTRACT

This dissertation aims to question the *Sexy magazine* as a script for the heterosexual masculinity. In order to do so, I selected the magazine's twelve editions of the year of 2005. The theoretical referential of the work are the Feminist Studies and the Cultural Studies with a post-structuralist influence. This study works with a group of concepts, such as gender, sexuality, masculinity and representation. The resource that guided the approach with the empiric material was the analysis, along the magazine's twelve editions, of everything that was shown to its male readers, such as reports about behavior, sexuality, trips, consumption, interviews, information on books, movies and DVD, besides the photographs of female nude, the main topic of the magazine. This work also looks at the relationship among the professionals who work in the magazine (men and women) and the possible readers, observing the development of a 'teaching-learning' relation that the magazine establishes with its male readers. This type of exploration of the empiric material, which looked for some regularities, enabled me to argue that the heterosexual masculinity - built culturally - is guided by the routes available in the market. In other words, the countless masculine magazines existent nowadays aim at the male entertainment, including the *Sexy Magazine*. There is a pedagogical relation with the masculine reader, a 'teaching-learning' relation concerning what means being a heterosexual man (in terms of preferences, including the sexual preferences), especially how he should behave sexually. Although there is an effort by the magazine in delimiting the spaces of the masculine and the feminine through the notion of essence, the senses attributed to what belongs 'essentially' to the man and what belongs 'essentially' to the woman escape, especially when we analyze the women's places in the magazine. On the one hand, women occupy the center of the masculine erotic desires (especially top models, actresses or very young singers); on the other hand, journalists women wrote and guided not only how men should relate with other women, but also how men should behave sexually.

Key words: Feminist studies - Gender - Sexuality - Representation - Heterosexual Masculinity.

SUMÁRIO

1 UM INÍCIO DE CONVERSA...	07
2 APROXIMAÇÃO AO TEMA E OBJETO DA PESQUISA	10
2.1 Problematizando o universo das revistas masculinas	11
2.2 Sexualidade nos artefatos culturais	15
2.3 Contextualização e descrição da <i>Sexy</i>	18
3 DELINEANDO OS CONCEITOS	23
3.1 Possibilidades do conceito de gênero	24
3.2 A questão da masculinidade contemporânea	26
3.3 Considerações acerca da pedofilização e da infância	32
4 AS ESCOLHAS METODOLÓGICAS	36
4.1 “Despindo” a <i>SEXY</i>	38
4.2 Buscando outras informações	44
4.3 Das regularidades e dos silêncios	47
5. ENTENDENDO O ROTEIRO: A CONSTRUÇÃO CULTURAL DA MASCULINIDADE HETEROSSEXUAL	49
5.1 Descrevendo os lugares dos homens e das mulheres na revista	53
5.2 “Eu sou normal?”: o aprendizado técnico sobre o sexo	56
5.3 “Discutindo a relação”: os homens nos relacionamentos afetivo-sexuais	68
5.4 “Revista boa tem que ter mulher pelada”: compondo cenários para o desejo sexual masculino	79
5.5 O corpo jovem visibilizado na revista: um ensaio de pedofilização?	86
6 O QUE A <i>SEXY</i> PENSA QUE O HOMEM QUER?	95
7 REFERÊNCIAS	100
8 APÊNDICES	106
Apêndice A – Informações gerais sobre a revista <i>SEXY</i>	106
Apêndice B – Fotos envolvendo o universo infanto-juvenil	131

1 Um início de conversa...

O presente trabalho tem como objetivo principal analisar a revista *Sexy* como um roteiro para a masculinidade heterossexual. Como *corpus* de análise, selecionei todas as edições do ano de 2005 para investigar as representações de gênero e sexualidade presentes na revista. Enquanto um pré-escrito destinado às masculinidades (assim como existem vários roteiros disponíveis no mercado editorial brasileiro atualmente), as orientações, os ensinamentos em torno do que conta como conhecimentos sobre a sexualidade, permitem argumentar na direção de que homens e mulheres são construídos cultural e historicamente.

Os roteiros e comportamentos aceitáveis para cada grupo funcionam na vida social através das pedagogias da sexualidade. A idéia de roteiro remete-se a determinados comportamentos que seriam desejáveis para os homens, pois a postura masculina adotada e construída pela revista não atua em um vazio de significados, muito pelo contrário: o principal objetivo dos editores é agradar ao leitor, é responder ao que consideram como necessidades masculinas, e, para isso, determinadas posturas masculinas são mais privilegiadas do que outras.

A representação de masculinidade heterossexual e machista, exposta pela *Sexy*, é altamente persuasiva, através do entretenimento, do humor e ironia das reportagens. Tais características fazem funcionar uma relação de ensino-aprendizagem entre a revista e o leitor, ou seja, estão postas em funcionamento pedagogias da sexualidade que buscam mostrar ao homem que tudo em sua vida pode e deve ser prazeroso, especialmente em se tratando de conquista e desempenho sexual, além da manutenção de relativa superioridade e distanciamento das mulheres.

O mais importante é analisar como a revista busca o leitor, tentando agradá-lo, e sobretudo produzi-lo, pois através dessa relação pedagógica, a revista autoriza-se a estabelecer regramentos e determinadas atitudes que seriam as esperadas para os homens e para as mulheres, sendo que estas últimas foram as responsáveis, ao longo do ano de 2005, pelos ensinamentos das posturas sexuais mais desejáveis para os homens. A seguir, descrevo os caminhos empreendidos para o escrutínio de tal roteiro que se destina à masculinidade heterossexual.

No capítulo 2¹, “Aproximação ao tema e objeto da pesquisa”, procurei aproximar o leitor com o universo das revistas masculinas, assim como também apresento uma discussão preliminar em torno da sexualidade enquanto uma construção social e histórica, explorando-a através dos artefatos culturais. Para finalizar o capítulo, contextualizo e descrevo a revista *Sexy*, com o objetivo de demonstrar logo de início o *corpus* analítico dessa pesquisa.

No capítulo 3, “Delineando conceitos”, contextualizo teoricamente os pressupostos desta pesquisa, a saber: a perspectiva dos Estudos Feministas, especialmente os de inspiração pós-estruturalista, assim como alguns debates a respeito da masculinidade contemporânea, e porque estamos em um momento de grande discussão e debate em torno deste tema. Para finalizar o capítulo, considere importante resgatar algumas considerações teóricas em torno do conceito de pedofilização, que serão utilizados de maneira mais específica no capítulo 5.

No capítulo 4, “As escolhas metodológicas”, procurei relatar os passos para a organização das informações disponíveis pela revista ao longo das doze edições e como procurei ‘destrinchar’ tais informações. Para além disso relato também a busca de outras informações (em sites da Web, por exemplo) que me auxiliaram a ter uma aproximação com o universo das revistas masculinas.

O capítulo 5, “Entendendo o roteiro: a construção cultural da masculinidade heterossexual” apresenta uma série de reflexões que buscam analisar os resultados encontrados, tais como a importância do desempenho sexual satisfatório para os homens, ao mesmo tempo em que a revista busca ensinar e normalizar os desejos masculinos. Também procuro entender determinadas posturas masculinas exploradas na revista, como por exemplo, a posição de superioridade com relação à parceira, e o caráter enfadonho que uma relação estável assume para este tipo específico de representação da masculinidade. Isso porque a revista valoriza muito o sexo fortuito e sem compromissos, especialmente através da importância da traição masculina. Investigo também os cenários construídos para o desejo masculino, em que se sobressai a beleza e branquitude feminina, além do corpo jovem e o encantamento pela juventude.

¹ Começo a descrição pelo capítulo 2, uma vez que optei por numerar a Introdução desta Dissertação.

No capítulo final, “O que a *Sexy* pensa que o homem quer?” retomo algumas questões que atravessaram significativamente as análises, como por exemplo, o privilégio a determinadas experimentações eróticas e outras não, centralizando o desejo masculino apenas no corpo, imagem e determinada representação de feminilidade, assim como ao privilegiar o corpo feminino jovem como o centro dos desejos ‘naturalizados’ masculinos. Para além disso pontuo novas perguntas para pesquisas futuras, como por exemplo, a questão da pornografia e do erotismo na construção das feminilidades.

2 Aproximação ao tema e objeto da pesquisa

Antes de descrever de maneira breve o que virá em cada capítulo, é preciso esclarecer o uso da palavra roteiro, que compõe o título desta pesquisa. Não existe uma filiação teórica ou analítica à idéia de roteiro², mas sim um compromisso em tentar descrever um determinado artefato cultural que funciona sob um projeto editorial, ou seja, um roteiro que cada revista toma para si como diretriz comercial. Este roteiro (ou projeto editorial) busca resultados satisfatórios comercialmente falando: aumento nas vendas e assinaturas, satisfação dos possíveis leitores masculinos e arregimentação de novos leitores. No caso da *Sexy*, o projeto editorial é fundamentalmente entretenimento, diferentemente de revistas cujo roteiro são discussões políticas ou econômicas, ou de celebridades, ou de saúde, etc.

Por outro lado, o conceito de currículo não foi uma opção da pesquisadora, uma vez que a retomada dos debates a respeito das teorias do currículo e os objetivos de um currículo também não se mostraram satisfatórios nos limites dessa pesquisa, cujo foco central é uma discussão em torno da sexualidade masculina nos artefatos culturais.

Neste capítulo o objetivo é situar o leitor quanto ao objeto desta dissertação, a saber: o contexto das revistas masculinas. Para tanto, apresento alguns trabalhos que buscaram entender tal universo para justificar a importância desses artefatos culturais para as análises sobre a masculinidade contemporânea.

Em seguida, problematizo a sexualidade masculina nos artefatos culturais, assim como a construção de determinados desejos masculinos por meio das revistas. Questões como a idéia de impulso sexual masculino, a objetificação dos corpos femininos e o encantamento pela juventude, presentes nestas publicações, especialmente as direcionadas para o público masculino heterossexual (incluindo a revista *Sexy*) serão abordadas a seguir.

Para finalizar, apresento uma breve descrição da revista *Sexy*, para possibilitar uma visão mais ampla da publicação selecionada para a pesquisa.

² O conceito de roteiro é importante para algumas teorias sociológicas, principalmente as correntes ligadas ao interacionismo simbólico. Para um maior aprofundamento, ver Erving Goffman, "A representação do eu na vida cotidiana" (editora Vozes, 1985).

2.1 Problematizando o universo das revistas masculinas

Monteiro (2002) ao investigar a respeito das revistas masculinas contemporâneas, relata uma experiência de cunho etnográfico na redação da revista VIP (Editora Abril), já que pretendia com tal incursão, estabelecer questões mais substantivas para a conclusão de seu projeto de pesquisa. Essa reunião tinha como objetivo principal reunir o redator-chefe da revista e os jornalistas para decidirem a pauta para as próximas edições, as matérias importantes, e como abordar determinados assuntos. Tais reuniões eram realizadas uma vez por mês para que os jornalistas verbalizem suas idéias a respeito das reportagens, sobre o que estavam escrevendo, etc.

O autor observou que um personagem central da reunião era o 'leitor da VIP' que servia como referência para a tomada de decisões acerca das matérias que seriam ou não veiculadas. O que se verificou naquela ocasião foi o fato de que o possível leitor da VIP (homens de 25-45 anos e de bom nível sócio-econômico) era fundamentalmente uma definição subjetiva dos jornalistas envolvidos com a revista.

Numa busca constante por parte dos jornalistas da VIP em agradar na medida certa e em atingir o público alvo, seria óbvio se a redação tivesse consigo pelo menos no momento da reunião, uma pesquisa quantitativa e qualitativa sobre o perfil do leitor da publicação. Para a surpresa de Monteiro (2002), quando indagados sobre estas questões, os jornalistas responderam que a dita pesquisa não foi feita ou que ainda estava por fazer. As referências ou os possíveis dados comentados durante a reunião eram sempre de origem obscura, ou seja, "o leitor aparecia como aquele público presumido que a revista queria atingir, e não como fruto de alguma pesquisa"³ (MONTEIRO, 2002, p.184).

Um ponto bastante curioso é que, contando com o redator-chefe, trabalhavam na reunião seis mulheres e quatro homens, ou seja, elas eram não somente uma pequena maioria, como também eram as profissionais que mais intervinham, estabeleciam

³ Um exemplo deste tipo de questão aparece no bate-papo com o jornalista Airton Seligman, redator-chefe da revista Mens'Health. Um internauta pergunta ao jornalista sobre o foco da revista, e a resposta é interessante: "(...) a gente fala para um cara entre 18 e 40 anos (...) a gente imagina que sejam leitores de classe A". Para um maior detalhamento, ver: <http://tc.batepapo.uol.com.br/convidados/arquivo/frames.jhtm?>

metas, sugestões, etc. Não existe, portanto, uma relação direta entre o que entendemos por ‘interesses masculinos’ e os sujeitos homens, ou seja, os sujeitos masculinos que produzem a revista⁴. Indagada pelo pesquisador sobre como escrever para o público masculino, qual linguagem escolher e o que abordar, uma jornalista respondeu ao etnógrafo que, ao escrever determinada reportagem, procurava pensar como um homem, escrever como um homem isto é, “ao escrever, imaginava como um homem diria aquilo que estava pensando e assim escrevia seu texto” (MONTEIRO, 2002, p.186).

Outro trabalho que considero pertinente comentar é o de Valmir da Costa (1995) onde o autor analisa a maneira como a revista feminina Nova e a revista masculina Sexy tratam a questão da sexualidade, buscando também articular como a mulher é vista em ambos os discursos jornalísticos.

Ao elegerem o tema da sexualidade como foco central de suas reportagens, as revistas receitam, indicam e sugerem determinados comportamentos sexuais aos seus leitores, tanto femininos quanto masculinos. Não me alongarei na parte em que o referido autor analisa a sexualidade feminina na revista Nova, pois quero me prender aos comportamentos sexuais sugeridos pela revista Sexy.

O comportamento sexual feminino referenciado pela revista Nova é o de uma mulher que ‘entende todos os segredos de alcova’, uma mulher que não se conforma com uma relação sexual insatisfatória. As atitudes frente ao sexo são tão incentivadas que, de acordo com a revista, as mulheres devem ter ‘atitude’ até quando o parceiro não consegue uma ereção no momento do ato sexual. Isso significa afirmar que é a mulher quem tem que tentar resolver tal problema e o mais importante: ter cautela para não envergonhar seu parceiro, pois uma atitude brusca e grosseira só aumentaria a angústia e humilhação do mesmo. Para Costa (1995, p.7-8), mesmo cercada de liberalidade, já que a revista se intitula como feminista, as receitas para uma vida sexual melhor sempre engrandecem os homens.

O texto de Nova é dirigido a uma leitora submissa, sem preocupação com ela própria. O que fica evidente quando é colocada a preocupação do homem apenas consigo, e uma mulher que não se preocupa com a sua

⁴ Esta questão também apareceu na Sexy e será problematizada nas análises posteriormente.

frustração e sim com a do parceiro. [...] Essa mulher emancipada é ambígua quando se propõe a viver uma sexualidade plena, descompromissada com os homens, quando na verdade, suas preocupações sexuais são voltadas única e exclusivamente para o parceiro. A mulher deve se esmerar para satisfazer seu homem, preocupação que não existe nas publicações masculinas que tratam de sexo. Ou seja, a preocupação com a sexualidade do companheiro (a) é uma característica percebida nas publicações dirigidas à mulher.

O universo masculino sempre desfrutou de uma maior liberalidade no que se refere à sexualidade, e isso é evidente com relação às revistas masculinas, tal como demonstra a própria revista *Sexy* (COSTA, 1995). A partir de tal premissa, que é principalmente cultural, a revista procura reforçar uma supremacia masculina no terreno da sexualidade, incentivando um comportamento sexual masculino liberado. Em um processo constante de estimulação da sexualidade masculina, a revista trabalha a partir de uma crença de que o erotismo masculino, mais especificamente a excitação é fundamentalmente visual, ao contrário do erotismo feminino, que seria mais tátil. Esse tipo de ‘verdade’ também apareceu na revista *Nova* e, fundamentada a partir desse regime de verdade⁵, a revista *Sexy* expõe uma grande quantidade de mulheres nuas em suas páginas, dando à nudez feminina uma licenciosidade, ou seja, é sempre permitido ao homem olhar, desfrutando assim dos corpos femininos.

A revista investe numa representação de masculinidade que considera o homem como um ‘voyeur erótico’ pressupondo também que a “arte de contemplação pornográfica só pode ser feita pelos olhos voyeristas masculinos” (COSTA, 1995, p. 12). Neste investimento existe uma espécie de ‘matemática sexual’, que, exposta na revista *Sexy* ensina somente a ‘conta de somar’: “mulheres sensualmente nuas + vontade + desejo + pornografia = homem viril, másculo” (idem). A revista investe, portanto, numa construção e afirmação da sexualidade masculina a partir dos termos da referida adição.

⁵ Segundo Foucault, “cada sociedade tem seu regime de verdade, sua ‘política geral’ de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos, a maneira como sanciona uns e outros; as técnicas e os procedimentos que são valorizados para a obtenção da verdade; o estatuto daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro” (Microfísica do poder, 2005, p.12)

A revista *Sexy* procura convencer o seu leitor a moldar-se num tipo de comportamento sexual masculino. O homem deve ter o erotismo à flor da pele, pensar sempre em mulheres, desejá-las, tê-las, comê-las sexualmente. O desejo masculino de ‘abocanhar’ as mulheres, no sentido de degustá-las sexualmente [...] (ibidem).

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.

A partir da ótica dos Estudos Culturais, as revistas masculinas serão tomadas neste trabalho enquanto artefatos culturais. Segundo Tomaz Tadeu da Silva (2003, p.141-2), os artefatos culturais são “sistemas de significação implicados na produção de identidades e subjetividades, no contexto de relações de poder”. Nos limites dessa pesquisa, as revistas não foram vistas apenas como sistemas de informação ou entretenimento, mas sim como uma forma de conhecimento acerca da masculinidade que certamente atravessa as identidades sexuais e de gênero. Douglas Kellner (1995, p.113) contraria a idéia de que os artefatos culturais possuem um caráter neutro ou ainda meramente informativo:

Embora os apologistas da indústria da publicidade argumentem, que a publicidade é predominantemente informativa, um exame cuidadoso das revistas, da televisão e de outros anúncios imagéticos indicam que ela é avassaladoramente persuasiva e simbólica e que suas imagens não apenas tentam vender o produto, ao associá-lo com certas qualidades socialmente desejáveis mas que elas vendem também uma visão de mundo, um estilo de vida e um sistema de valor congruentes com os imperativos do capitalismo de consumo.

Uma questão que se destaca nesta dissertação é analisar as representações e investimentos sobre a masculinidade heterossexual, veiculadas pela revista *Sexy*. A partir deste tipo de material, investiguei os lugares que os homens e as mulheres ocupam na revista, assim como a relação de ensino-aprendizagem que a revista estabelece com o leitor. Outra problematização que esta pesquisa levanta são as

posturas dos homens nos relacionamentos afetivo-sexuais, sobretudo quando a traição masculina aparece como tema recorrente ao longo das doze edições. A composição de determinados cenários para o desejo masculino também compõe este trabalho, ou seja, quais os elementos pertinentes para a excitação masculina em detrimento de outros. Um exemplo disso é a extrema valorização do corpo jovem nos ensaios, em detrimento das mulheres mais velhas⁶. Por fim, problematizo a construção de determinadas fantasias sexuais em que o corpo jovem e alguns elementos do universo infanto-juvenil são eleitos para o prazer e o desejo masculino. Segundo Felipe e Guizzo (2003, s/p) a exaltação ao corpo jovem não encontra local fértil somente nas publicações masculinas, mas também

A história da humanidade, nos seus mais diversos países e culturas, está repleta de situações sexuais envolvendo adultos e crianças. Tais práticas, que sinalizam uma espécie de encantamento do adulto pela infância e juventude, tem ganhado cada vez mais espaço nas sociedades ocidentais, tornando-se, inclusive, uma fonte rentável de mercado [...] Músicas de todas as épocas e estilos, poesias, crônicas, filmes, em alguma medida, também exaltam este fascínio pelas meninas, vistas e representadas como um misto de ingenuidade e sedução [...] O corpo jovem é proclamado como algo a ser desejado, perseguido, minuciosamente investido.

2.2 Sexualidade nos artefatos culturais

Pretendo aqui problematizar alguns aspectos relacionados à sexualidade masculina e seu alcance em nossa cultura, especialmente quando determinadas crenças, como por exemplo, a noção difundida do 'impulso sexual masculino' instituem regimes de verdade que, por sua vez, constituem de maneira diferenciada e em complexas relações de poder, as sexualidades masculina e feminina.

Para o âmbito desta pesquisa, a sexualidade foi discutida não como uma essência fixa ou estável dos sujeitos, mas sim como algo construído socialmente, resignificado ao longo de suas vidas e de muitas maneiras. Para Louro (2001) os

⁶ Neste momento faço apenas uma descrição rápida da investigação. Esses tópicos serão amplamente trabalhados no capítulo 5.

“rituais, linguagens, fantasias, representações, símbolos e convenções” que constituem a sexualidade são processos culturais e históricos, tal como os corpos, que, mesmo possuindo uma materialidade apresentam significados e investimentos que também são culturais e históricos.

Cabe nos perguntarmos como enxergamos a sexualidade, especialmente atravessada pelas questões de raça, gênero e classe (WEEKS, 2001). Não me ateei neste momento especificamente às questões de raça ou classe para pensarmos a sexualidade, mas certamente a questão do gênero é relevante. Afinal de contas, como já referido acima, as sexualidades masculina e feminina são percebidas e construídas de maneiras distintas na cultura. Ao problematizar a masculinidade heterossexual na revista *Sexy*, busquei justamente entender como a sexualidade masculina tem sido vista e interpretada na cultura, uma vez que a revista não atua num espaço vazio de significados. Para Weeks (2001), por exemplo, a sexualidade feminina tem sido ao longo dos anos, definida em relação à sexualidade masculina, ou seja, a sexualidade feminina tem sido historicamente subsidiária da sexualidade do homem. Na tentativa de descrever ou definir a sexualidade, a metáfora mais corriqueira é a idéia da sexualidade como uma força incansável e avassaladora do ser humano. Segundo Weeks, tal metáfora está intimamente relacionada às nossas concepções sobre o desejo masculino, ou ainda a experiência sexual masculina. Isso significa apontar que, para este autor, a linguagem da sexualidade, em nossa cultura, é uma linguagem masculina, de um desejo masculino que sempre se impõe e é sempre avassalador.

[...] os sexólogos frequentemente perpetuaram uma tradição antiga, que via as mulheres como ‘o sexo’, como se seus corpos estivessem tão saturados de sexualidade que nem havia necessidade de conceptualizá-la. Mas é difícil evitar a sensação de que, em seus escritos e talvez também em nossa consciência social, o modelo dominante de sexualidade é o masculino. Os homens são os agentes sexuais ativos; as mulheres, por causa de seus corpos altamente sexualizados, ou apesar disso, eram vistas como meramente reativas ‘despertadas para a vida’ pelos homens, na significativa frase de Havelock Ellis (WEEKS, 2001, p. 41).

Louro (1998), Felipe (2000), Heilborn (1998, 1999, 2006), ao analisarem a construção da masculinidade e suas representações correlatas também salientam a

relação entre sexualidade e masculinidade em nossas sociedades: a construção da masculinidade está fortemente atrelada à sexualidade. Existe uma associação quase que mecânica (e, por conseguinte, um investimento também), entre masculinidade e sexualidade, onde “a representação do gênero masculino é articulada à sexualidade de um modo mais central do que a do gênero feminino” (LOURO, 1998, p.44).

O que importa a partir de tais apontamentos são os efeitos de verdade, ou seja, atentarmos para o fato de como tais premissas e normas culturais ganham uma ‘materialidade’ através das relações sociais. Podemos explorar aqui um exemplo dessa ‘materialidade’: vivemos em uma sociedade onde as profissões historicamente relacionadas às mulheres e ao universo feminino, viram fetiche e objeto de desejo em fantasias sexuais masculinas. Empregadas domésticas, enfermeiras, secretárias, babás, comissárias de bordo (quem nunca folheou uma revista e se deparou com a foto, por exemplo, de uma ‘enfermeira erótica’?), e até mesmo figuras femininas que não estão atreladas a um vínculo profissional, tais como colegiais, freiras, lésbicas e noivas viram personagens que estão aptas para toda realização de fantasias sexuais.

Este tipo de vinculação erótica às imagens das mulheres podem ser encontradas através de acessórios em *sex shops* e em ensaios fotográficos em revistas masculinas. Entretanto, tais figuras eróticas podem ser vistas também em espaços menos especializados, tais como filmes, literatura geral, programas de TV, propagandas publicitárias, que vendem, falam e transformam as imagens dessas profissionais em personagens disponíveis e prontas para todo tipo de fantasia sexual, explorando uma noção de quanto os homens estariam sempre à mercê da sedução feminina, ou ainda o fato de que estas mulheres (ou estas profissionais) estariam sempre à mercê dos desejos e fantasias masculinas. Segundo Weeks (2001), do ponto de vista histórico, são os homens que têm decidido e definido o que é necessário e desejável, sobretudo com relação à expressão dos desejos e práticas sexuais.

A partir deste diferencial de poder, constituído por uma espécie de ‘supremacia sexual masculina’, é que, ao abordar a questão da sexualidade, temos na cultura, a construção e por conseguinte, a educação de um ‘olhar masculino’, ou seja, um olhar bastante controverso que objetifica (transforma em objeto) e fetichiza as imagens das

mulheres⁷ como uma espécie de ‘sintoma’ e ‘mito’ da fantasia masculina, travestido de naturalidade, de uma possível ‘essência’ sexual masculina.

2.3 Contextualização e descrição da *SEXY*

Segundo a ANER⁸ (Associação Nacional de Editoras e Revistas), o mercado editorial de revistas é muito competitivo, pois mensalmente são lançados cerca de 2000 títulos de revistas distribuídos nos 30 mil pontos de vendas de bancas brasileiras. O mercado das revistas masculinas atualmente é um mercado de crise⁹. Todas as revistas de grande circulação para tal público, tais como *Playboy* e *VIP* sofreram significativas quedas em vendas e assinaturas. Dados do IVC (Instituto Verificador de Circulação) confirmam que a revista *Sexy* vendia em 2001, 94.900 exemplares, para em seguida amargar uma queda de 20,5% em 2003, caindo para 75.400 só neste mesmo ano. É preciso salientar que com as revistas *Playboy* e *VIP* não foi diferente, mesmo sendo publicações da Editora Abril, líder do mercado brasileiro.

Em 2004, a revista *Sexy* passou por uma reforma gráfica e editorial, juntamente com a revista *Playboy*, numa tentativa de reagir às mudanças e quedas deste mercado, com o objetivo de se tornarem mais atrativas e competirem com seu atual ‘vilão’: a internet. As revistas que antes apenas exibiam fotos desnudas (como é o caso da própria revista *Sexy*) de mulheres, e pouco conteúdo editorial tiveram que refazer seus objetivos, pois na internet é possível visualizar gratuitamente as mesmas fotos, assim como é também possível guardá-las no computador.

Para reagir às quedas e modificações, tanto no mercado quanto nas tecnologias, já em 2003 a revista *Sexy* contratou Edson Aran como redator chefe, antes consultor editorial da revista *VIP*. Vale ressaltar o fato de que, quando os diretores comerciais da revista *Sexy* decidiram modificar seu conteúdo editorial, foram contratados vários profissionais altamente gabaritados advindos da Editora Abril. Neste ramo de modificações, a revista tentou reduzir a quantidade de mulheres nuas, (mesmo assim ainda expõe a cada edição pelo menos três ensaios fotográficos de nu feminino)

⁷ E, porque não, as imagens de adolescentes e crianças?

⁸ Maiores informações ver o site <http://www.aner.org.br>

⁹ Conforme Luciana Taddeo, no site <http://www.facasper.com.br/jo/reportagens.php?>

valorizando matérias e reportagens com maior humor, além de abordar temas como comportamento masculino e serviços, inspirando-se em publicações inglesas (*FHM* e *Maxim*) que por sua vez, não exibem nus femininos em suas páginas.

A revista *Sexy*, associada à ANER, fica atrás, em vendas, somente da revista *Playboy*, sendo que esta última compõe o mercado editorial brasileiro há mais tempo. Segundo Henrique Rossi, diretor de Marketing/comercial da revista *Sexy*, o maior diferencial da revista é a abordagem dos fatos, 'que mostram com qualidade, o que um homem realmente quer ver'.

A *Sexy* surgiu no ano de 1992 como um desdobramento da revista *Interview*, cujo objetivo maior, enquanto encarte entrevistar personalidades famosas sobre suas vidas sexuais. A primeira capa da *Sexy* foi com a atriz Carolina Ferraz, mas sem nudez, depois de alguns anos é que a revista começou a fazer ensaios com mulheres nuas.

Enquanto proposta de trabalho, o jornalismo da *Sexy* é considerado de entretenimento, ou seja o objetivo não é grandes esclarecimentos a respeito da saúde masculina entre outros temas, mas somente divertir o leitor. A linguagem da *Sexy* é sempre bem humorada, sobretudo irônica, coisa que é sempre marcada e elogiada pelas cartas do editor, no começo da revista. Segundo ele, essa é a grande marca da *Sexy*, além é claro, da sempre comentada ousadia, embora não fique muito claro o que é considerado ousado pela revista. Acredito que ele se reporte à própria tradição e estória da *Sexy*: primeiro, a capacidade de obter confissões das preferências sexuais das celebridades, e num segundo momento, o fato de exibir as mulheres nuas mas em ensaios considerados bem mais picantes do que a *Playboy*, exibindo, por exemplo, pernas abertas (ou as 'fotos de pêlo', no linguajar técnico), as modelos em poses ginecológicas, diferentemente do tratamento que a *Playboy* dá aos ensaios: grandes produções, viagens exóticas, figurinos caros e técnicos envolvidos na concepção dos ensaios.

A revista sempre apresentou, ao longo do ano, 114 páginas. Somente a edição de aniversário (outubro/edição 310), foi contabilizada 130 páginas. Na capa, perto do preço e da data, aparece de maneira muito pequena e discreta, a seguinte frase: "desaconselhável para menores de 18 anos".

A seção *Qualquer nota: tudo o que interessa e o que não interessa também* é a maior da revista, só perde em quantidades de páginas para os ensaios, que são três, e ocupam cerca de 50% da revista inteira. Esta seção é composta fundamentalmente por generalidades, com notícias internacionais sobre programas televisivos, comportamento, livros, games, piadas. Esta seção, por ser maior, ainda apresenta as seguintes subdivisões: *Pin-Up*, em que uma mulher bonita, brasileira ou estrangeira, e sobretudo jovem, é indicada e se comenta sobre o seu trabalho (se é atriz, modelo, top model, cantora, apresentadora, dançarina, etc), mas sobretudo sobre sua beleza, sensualidade e jovialidade. As fotos, sempre bem selecionadas e grandes, acentuam a juventude e sensualidade da escolhida.

Outra subdivisão desta seção é a *O mundo em notícias*, onde são apontadas as tendências nacionais ou internacionais, notícias da TV a cabo, novidades, política nacional, etc. É importante frisar que tais notícias não aparecem organizadas de maneira regular, ou num tom imparcial, muito pelo contrário: o humor e a ironia imperam e sempre existe uma espécie de “julgamento” ao noticiar algum fato.

As novidades da internet também têm seu lugar como uma subdivisão: *Internet*, assim como outras subdivisões que possuem uma organização regular, ou seja, sempre apareceram desta forma ao longo das edições analisadas: *Grandes dúvidas, Cinema e DVD, Música, Games, Livros, Piadas*. Na edição 301, a parte sobre o futebol tem um nome sugestivo: *Peladas*, que passa depois a se chamar *Futebol*, para, até a última edição do ano (312), desaparecer como subdivisão.

A subdivisão *Música*, desde a primeira edição (301) do ano de 2005 sempre foi bastante minuciosa. Cantores, discos, bandas e estilos musicais são expostos às críticas dos jornalistas da revista, assim como a uma “cotação do mês”, em respectivamente cinco, quatro, três, dois e um estrelas. Essa parte da revista é muito importante, pois nas doze edições analisadas, a parte da música ocupou vigorosas duas páginas, sem propagandas ou algo assim. Para se ter uma idéia, se tomarmos somente esta parte da revista para leitura e análise, perceberemos que as críticas são tão técnicas e minuciosas, que podemos por instantes nos esquecer que estamos lendo uma revista masculina, e sim uma revista de música especializada. Os estilos musicais na revista são fortemente marcados. Música sertaneja, pagode, *funk*, ou outros gostos

menos vistos, simplesmente não aparecem. Os estilos musicais que aparecem fundamentalmente é o rock' n' roll.

Um recurso bastante utilizado pela *Sexy*, e inspirado em revistas masculinas inglesas (tais como *Maxim* e *FHM*), é apresentar as fotos da revista com legendas, sobretudo legendas engraçadas e irônicas, que descrevem o que está sendo mostrado na foto, inclusive direcionando o olhar do leitor. Esse recurso é muito interessante de ser observado, pois dirige o olhar do leitor para a foto em questão, permite um diálogo maior do da revista com o leitor, comenta a foto de maneira irônica e engraçada, tornando a revista leve e divertida, um objetivo importantíssimo para o projeto editorial da *Sexy*.

Para o diretor da revista em 2005, Edson Aran (ver a referência ao final), as mudanças da *Sexy* foram importantes:

A *Sexy* mudou para se adequar a este novo parâmetro editorial, que é sucesso no mundo inteiro. Mas com nudez, é claro – afinal, estamos no calorento Brasil, e não na invernal Inglaterra. Hoje em dia, para ser bem sucedida, não basta que uma revista masculina agrade aos olhos. Também é preciso agradar ao cérebro. E a *Sexy* entende de verdade a cabeça do homem. As duas, para ser mais preciso.

O design na revista vai mudando ao longo do ano, de maneira bastante significativa, permanecendo o tom irreverente (uma palavra que sempre aparece na revista, sobretudo na carta do editor), mas existe uma valorização do “charmoso” ao longo do ano. A revista, de uma maneira geral, vai se parecendo cada vez mais com a *Playboy*, apresentando ensaios considerados mais artísticos, mulheres mais famosas (como atrizes globais por exemplo).

As cores fortes, excessivas vão cedendo lugar a uma maior sobriedade dos gráficos e a diagramação das chamadas das seções da revista ficam mais “limpas”, sóbrias, e menos chamativas, pelo menos no que se refere ao uso das cores. Acredito que essas mudanças encontram-se com o objetivo da revista, neste momento específico, de trazer uma imagem de seriedade e credibilidade.

A seção *SexyClube*, ao longo da transformação da revista durante o ano, vai ficando mais discreta, com fotos menos óbvias, e notas menores, sobretudo a

quantidade de fotos de mulheres. Esta seção, fica mais discreta a partir da edição 307 (Julho/2005). Antes, o convite ao acesso ao site ocupava uma página inteira, descrevendo as atrações estonteantes do mesmo, na sua grande maioria *strip-teases*, jogos eróticos entre duas mulheres, ou ainda *reality shows* sensuais.

A questão da política nacional, tema que se faz presente em revistas masculinas, pelo menos mais do que as revistas ditas femininas, na *Sexy* aparece sempre de forma bastante irônica, em forma de piadas, comentários jocosos, enfim. Ao longo do ano, podemos perceber a forma como a revista aborda o assunto, principalmente através da carta do editor. Como 2005 foi o ano dos grandes escândalos a respeito do mensalão, corrupção no PT (partido visto como incorruptível até então), dólar na cueca, nas malas pretas, reuniões com prostitutas de luxo em Brasília, entre outras denúncias escandalosas à época, o tom irônico a respeito da política nacional vai ganhando contornos mais sérios ao longo do ano, sobretudo pela avalanche de denúncias que foram se apresentando cada vez mais sérias. Em novembro de 2005, na edição 311, a política nacional ganha uma matéria específica, e inclusive os comentários do editor chefe também passam a ser muito mais ácidos e sem humor, no decorrer do ano. Na edição de aniversário da revista (outubro/edição 310) Fernando Gabeira é entrevistado, primeiro como um incentivador da *Sexy* e depois como um grande crítico dos escândalos nacionais, sobretudo os relacionados ao PT.

A linha de consumo sugerida pela *Sexy* é inspirada na revista britânica *Maxim*, numa valorização dos gostos de homens comuns, em contraposição às opções elitizadas, como charutos caros, vinhos caros, carros caros, etc. As sugestões de cuidados com a aparência pessoal são discretos e inconstantes na revista, ao longo do ano. O consumo maior sugerido pela *Sexy*, sem dúvida, é o álcool, seguido do fumo, o tabaco e as comidas denominadas, ironicamente, de “baixa gastronomia”. Apesar de modestamente condenadas, a “baixa gastronomia” é francamente experimentada na revista.

3 Delineando os conceitos

Através da exposição dos universos analíticos que compõem esta pesquisa, procurei discutir também os conceitos que considero importantes para as investigações que realizei. Dessa maneira, ao falar do conceito de gênero, aciono as contribuições dos Estudos Feministas de inspiração pós-estruturalista, através de autoras como Joan Scott (1995), Guacira Louro (1997, 2002) e Dagmar Meyer (2004, 2005). Ao abordar masculinidades e feminilidades, não considero tais dimensões como separadas ou estáticas, pelo contrário: privilegio as análises que entendem tais dimensões como intrinsecamente relacionadas, ou seja, se constituem em relação uma com a outra. Busco também articular o conceito de gênero ao conceito de cultura, a partir das contribuições dos Estudos Culturais. Importa registrar que a perspectiva pós-estruturalista, mencionada anteriormente, possui como preocupação central teorizar a respeito da linguagem e do processo de significação. Para Tomaz Tadeu da Silva (2003), o pós-estruturalismo enfatiza um sujeito descentrado, que não possui características essenciais ou marcas originais, mas sim enxerga o sujeito como uma invenção cultural, social e histórica.

Para problematizar o tema da masculinidade, percorro alguns caminhos já delineados nos debates acadêmicos, especialmente os que estão atrelados ao conceito de gênero e aos Estudos Feministas. Considerável parte dos estudos sobre a masculinidade são produto das discussões suscitadas especialmente pelo Movimento Feminista e pelo Movimento Gay, a partir de fortes contestações aos padrões do machismo, contribuindo significativamente para uma revisão tanto das identidades de gênero quanto das identidades sexuais.

Cabe ressaltar que, o fato de explorar possibilidades investigativas a respeito da masculinidade, não implica a tarefa de reificar *uma* masculinidade, nem buscar traços de uma possível 'essência' masculina. Trata-se aqui de sinalizar fundamentalmente o caráter localizado e histórico da masculinidade, em contraposição à idéia de se pensar os homens (sempre no plural) como algo fixo ou natural. Não pretendi estabelecer 'verdades' absolutas e definitivas sobre os sujeitos masculinos. Para tanto, utilizei como aporte teórico a respeito da masculinidade os trabalhos de Fernando Seffner (2003),

Monteiro (2000a, 2000b) e Pedro Paulo Oliveira (2004). Procurei discutir também o conceito de representação, pois considero uma importante ferramenta analítica que nos permite abordar a masculinidade, especialmente quando relacionada com as revistas dirigidas para esse público específico.

3.1 Possibilidades do conceito de gênero

Nos anos 70 do século XX, um conjunto de feministas anglo-saxãs referenciam o gênero em suas análises e, mesmo assumindo diversos matizes, desde então, o conceito ganhou força nos anos 80 fomentando análises a respeito das relações entre os homens e as mulheres. De uma maneira geral, o conceito acentua especialmente a parcialidade das 'verdades' estabelecidas, bem como argumenta que as "diferenças e desigualdades entre mulheres e homens eram [são] social e culturalmente construídas e não biologicamente determinadas" (MEYER, 2005, p.15, acréscimo meu).

Ao assumir que 'o pessoal é político', várias pesquisadoras feministas desafiam a neutralidade e a objetividade da produção do conhecimento. Isso significa anunciar um fazer acadêmico não neutro e é nesse sentido que Joan Scott (1995, p.85) propõe o conceito como categoria analítica:

No espaço aberto por este debate, posicionados ao lado da crítica da ciência desenvolvida pelas humanidades e da crítica do empirismo e do humanismo desenvolvido pelos/as pós-estruturalistas, as feministas não somente começaram a encontrar uma voz teórica própria; elas também encontraram aliados/as acadêmicos/as e políticos/as. É dentro desse espaço que nós devemos articular gênero como uma categoria analítica.

O conceito de gênero, em conformidade com a teorização pós-estruturalista, privilegia uma abordagem descontínua e relacional, que rejeita as investigações fundamentadas em teorias essencialistas e biologizantes acerca das relações entre os gêneros, o corpo, o sexo e a sexualidade (LOURO, 1997, 2002; MEYER, 2004). Nesse sentido, as contribuições de Foucault (2005a, 2005b) a respeito do poder são incorporadas. De acordo com este autor, o poder precisa ser entendido como uma rede e, deste modo, não possui uma natureza intrínseca, nem atua numa única direção,

somente reprimindo ou oprimindo, mas também produzindo os sujeitos. Foucault não propõe uma analítica geral do poder, pois para ele, as práticas ou as relações de poder são múltiplas e descontínuas, existindo, nas palavras de Roberto Machado (2005, p.x), “formas díspares, heterogêneas, em constante transformação. O poder não é um objeto natural, uma coisa; é uma prática social, e como tal, constituída historicamente”. A análise das relações de poder para os Estudos Feministas contribuiu para o questionamento de uma subordinação feminina bastante cristalizada, como uma “fórmula única, fixa e permanente” (LOURO, 1997, p.37).

Assumir como aporte teórico os Estudos Feministas pós-estruturalistas implica em entender a linguagem e a cultura como constituidoras dos sujeitos, ou seja, delineiam os sentidos que damos ao mundo. A linguagem não é uma simples representação neutra da realidade, pois institui práticas e constitui os sujeitos (BUJES, 2005; MEYER, 2004).

Já a cultura é concebida como uma rede de significados, um domínio simbólico que implica diretamente a capacidade dos indivíduos de dar sentidos, de criar significados para suas experiências. Dessa maneira, esses sentidos “instituem modos de viver, de ser, de compreender, de explicar a si mesmo e o mundo” (BERNARDES & GUARESCHI, 2004, p.202). Segundo Silva (2003, p. 133-4),

[...] os Estudos Culturais concebem a cultura como campo de luta em torno da significação social. A cultura é um campo de produção de significados no qual os diferentes grupos sociais, situados em posições diferenciais de poder, lutam pela imposição de seus significados à sociedade mais ampla. A cultura é, nessa concepção, um campo contestado de significação.

O conceito de gênero, tal como foram e são feitos os estudos que tratam de analisar as feminilidades, enquanto ferramenta conceitual permite analisarmos o lugar (ou lugares) dos homens na sociedade assim como as representações, valores e interesses correlatos à masculinidade. Em resumo, ao assumir a perspectiva teórica referida acima, é necessário um conjunto de disposições para construirmos nossos olhares investigativos. São eles:

[...] deslocar o foco de atenção da ‘mulher dominada em si’ para a relação de poder em que tais diferenças e desigualdades são produzidas vividas e legitimadas, [...] ‘rachar’ a homogeneidade, a essencialização e a universalidade contidas nos termos mulher, homem, dominação masculina e subordinação feminina, dentre outros, e, com isso, tornar visíveis os mecanismos e estratégias de poder que instituem e legitimam estas noções; explorar a pluralidade, a conflitualidade e a provisoriedade dos processos que de-limitam possibilidades de se definir e viver o gênero em cada sociedade, nos seus diferentes segmentos culturais e sociais (MEYER, 2004, p.15).

3.2 A questão da masculinidade contemporânea

Já de início, é preciso anunciar que a masculinidade não pode ser entendida de maneira isolada, ou seja, descolada da própria feminilidade. Autores como Robert Connell (1995, 1997) e Seffner (2003) apontam que a masculinidade não é um conjunto coerente, cristalizado, do qual se extraia elementos para compor uma ciência generalizante. Explorar tais possibilidades investigativas significa fundamentalmente trilhar percursos descontínuos e fragmentados, pois a própria masculinidade não se constitui como um bloco monolítico, mas sim como “fruto de tensões, disputas e interesses próprios da cultura, e tem sua existência marcada por essas disputas de significado [...]” (SEFFNER, 2003, p.124-5).

Abordar questões correlatas à masculinidade não é necessariamente uma ‘novidade’. Nas ciências sociais, por exemplo, a questão aparecia sobretudo quando se investigava as classes operárias, compostas na sua grande maioria por homens (LEAL & BOFF, 1996). Entretanto, os trabalhos que, desde a perspectiva relacional do gênero e da sexualidade têm produzido uma série de levantamentos que colocam os homens (sempre no plural), como tópico produtivo para as análises das dinâmicas sociais e culturais. Além disso, debater a masculinidade significa um deslocamento importante na forma como os homens eram representados, assim como significa também “questionar a representação de masculinidade hegemônica, em geral apresentada como a única – ou a melhor – forma de viver a masculinidade” (SEFFNER, 2003, p.122).

O surgimento, a multiplicação e as lutas por reconhecimento das novas configurações de gêneros são fenômenos importantes e que não podem ser ignorados.

Tal difusão tem sido tão intensa na experiência social e subjetiva dos sujeitos, que, como aponta Louro (1997), o binarismo masculino/feminino já se encontra defasado como argumento explicativo para as identidades de gênero. Isso porque tais explicações podem se apresentar como bastante reducionistas, cabendo o pesquisador, se quiser utilizá-las, fazer ressalvas, abrir exceções ou simplesmente, não conseguir explicar as mudanças que tem se passado nas sociedades na pós-modernidade. Essas mudanças incluem as identidades masculinas, e na atualidade é claramente possível falarmos em masculinidades no plural, ou seja, detectarmos outras experiências masculinas que não se constituem como um problema “a ser resolvido, tratado, vigiado” (FELIPE, 2000, p.161). É preciso, portanto, que entendamos a masculinidade como uma construção histórica e social.

Segundo Oliveira (2004, p.13) a palavra masculinidade deriva do termo latino *masculinus*, e sua utilização data de meados do século XVIII, “no momento em que se realizava uma série de esforços científicos no intuito de estabelecer critérios mais explícitos de diferenciação entre os sexos”. Para este autor, estão intimamente relacionados os ideais modernos de ciência universal e racionalidade, (ou seja, a concepção de que a razão e a ciência libertariam a humanidade da ignorância e das ‘trevas’), com os ideais de masculinidade, pois a ciência, tal como descrita, contribuiu com diversos elementos para a consolidação de uma supremacia masculina. Um exemplo disso é a própria noção de impulso sexual masculino, tomando como base científica a teoria darwiniana, que “iria emergir com força, no final do século XIX, principalmente na sexologia, estabelecendo o padrão para distinguir o normal do patológico” (idem, p.56).

Como podemos perceber, a ciência, da maneira como a entendemos, é um construto social e simbólico onde, especialmente no Ocidente, veicula ‘descobertas’ que por sua vez, instituem poderosos efeitos de verdade. Especificamente com relação às questões de gênero, conforme nos aponta Oliveira (2004), os ideais modernos de ciência e racionalidade contribuem de maneira substancial fixando lugares para homens e mulheres. Temos neste período já as pistas iniciais para a construção de um ideal de masculinidade burguês, branco, europeu e heterossexual, assim como:

Pode-se antes verificar como a abstração e a precisão tornaram-se qualidades tipicamente masculinas a partir de um processo cultural, e, portanto, arbitrário, que busca continuamente esconder essa face, legitimando-se como natural (OLIVEIRA, 2004, p.59).

Na atualidade, marcada por grandes contestações das certezas que fundaram a sociedade moderna, inclusive a própria concepção de ciência, a masculinidade, de uma maneira geral, torna-se o foco das mais diversas atenções, não somente dos/das pesquisadores/pesquisadoras, mas também dos veículos de comunicação, tais como as revistas, os jornais, os programas de televisão e as propagandas publicitárias, que se perguntam cada qual à sua maneira, o lugar do homem na sociedade atual¹⁰. Certamente, tal como aponta Monteiro (2000b), a resposta para a pergunta 'o que é ser homem' não é mais tão óbvia para todos.

Do ponto de vista acadêmico, as investigações acerca das masculinidades apresentam uma gama variada de origens teóricas e analíticas. Segundo Margareth Arilha, et al. (1998), é difícil desvincular os estudos sobre as masculinidades, do Movimento Feminista e das produções teóricas específicas desse campo. Como consequência disso, os estudos sobre as masculinidades têm-se dividido nas seguintes vertentes:

1) Os aliados do feminismo: reconhecem as teorias feministas e de gênero como base teórica que fundamenta as análises acerca das masculinidades e

2) Os estudos autônomos: as pesquisas não estão vinculadas às discussões sobre gênero ou mesmo às conquistas das mulheres (op. cit.).

Acredito que exista ainda uma segunda característica em que podemos diferenciar as produções acadêmicas acerca das masculinidades:

1) Os trabalhos que tratam de investigar a construção social da masculinidade, ou seja, esses pesquisadores buscam do ponto de vista social e cultural, os elementos que podem ou não constituir a masculinidade. São trabalhos que geralmente falam em uma masculinidade que está no singular (BOURDIEU, 1995, OLIVEIRA, 2000; 2004).

¹⁰ A título de exemplo, existem os mais diversos nomes que buscam explicitar as alternativas possíveis para o 'novo homem': 'metrosexual', 'übersexual', 'gay na medida', 'emo-boy', 'new bloke', 'metrogay', 'novo machão', entre outros. Esse tipo de lista está sempre em jornais, revistas e sites da internet.

2) Os trabalhos que tratam de desconstruir a noção de masculinidade como um dado estático, atemporal e que é *somente* herdeira de uma representação masculina hegemônica. Os autores falam em masculinidades (plural), além de acentuarem as mudanças e transformações nas identidades de gênero masculinas (CONNELL, 1997; SEFFNER, 2003, MONTEIRO, 2000a, BELLO, 2006). Ao propor esta divisão, que não é estática, mas sim composta por vetores que constantemente se entrecruzam, não pretendo reduzir a complexidade de tais estudos, mas a partir daí, articular perspectivas teóricas que nortearão minhas investigações.

De acordo com as contribuições listadas acima, investigar as masculinidades implicou, no contexto deste trabalho, buscar os discursos que instituem efeitos de poder e que constituem os sujeitos masculinos. Os sentidos que atribuímos às masculinidades, gestados na cultura, se relacionam com o exercício do poder, com práticas de poder específicas. É dessa maneira que também não podemos analisar as masculinidades como algo isolado, ou seja, fora das relações de gênero. O conceito de representação é importante para analisar os elementos que, estabelecidos na cultura, participam da produção, constituição, assim como definindo posições de sujeito. Acionar o conceito de representação não implica analisar processos mentais, estáveis ou fixos. Kathryn Woodward (2000, p.17), assim define o referido conceito:

A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo no qual podemos nos tornar. A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos [...].

Segundo Silva (1999, p.52-3), a representação não busca uma verdade em si mesma, mas sim explora a possibilidade “de tornar visíveis as relações de poder envolvidas no processo de representação”.

Podemos apontar que existem distintas e mesmo divergentes representações da masculinidade. Entretanto, essas múltiplas representações não convivem de maneira simples e tranqüila, mas sim num território fortemente disputado, atravessado por

práticas de poder, ou seja, as representações não são valorizadas de maneira igualitária na cultura. Algumas representações, além de terem maior visibilidade do que outras deixam, muitas vezes, de ser percebidas como representações, e são tomadas como sendo somente uma única forma possível de se vivenciar o masculino. Essas representações dominantes, interpretadas na cultura como uma norma acionam um esquema de verdade que hierarquiza os sujeitos. Segundo Oliveira (2004, p.143), os mecanismos sociais que constroem privilégios para algumas representações ao mesmo tempo em que discriminam outras, tornam invisíveis esses mesmos processos para os sujeitos privilegiados. É dessa maneira que “os homens brancos, de classe média, quando se olham no espelho, se vêem como seres humanos universalmente generalizáveis”.

É na constatação desse território disputado em que se encontram as representações de masculinidade que afirmar a pluralidade das maneiras de se vivenciar o masculino pode se reverter antes num aliado, mas em um esquema analítico reducionista. Para Seffner (2003, p.142) ao afirmar somente essa pluralidade, corremos o risco de “deixar de lado os mecanismos de poder que permitem que algumas formas de masculinidade se constituam em hegemônicas, exercendo opressão sobre as demais”. De acordo com este autor, é necessário que o pesquisador estabeleça um diálogo, uma relação entre as diferentes representações que envolvem a masculinidade, para vislumbrarmos as diferenças de poder que envolvem e constituem cada uma dessas representações, bem como as hierarquias produzidas neste espaço de disputas. Monteiro (2000a, p.23) chama atenção para o fato de que

A hegemonia de algumas masculinidades sobre outras se dá nesse sentido: ela é exercida quotidianamente (práticas sociais), produzindo saberes sobre o homem que se reforçam e se constroem nas relações formadas entre homens e entre homens e mulheres no seu cotidiano e através da história.

O cenário social e cultural em que as representações de masculinidades são produzidas e resignificadas pelos sujeitos aponta uma convivência que não é pacífica, entre as manifestações arraigadas e tradicionais de masculinidade (machismo, violência doméstica, heterossexismo, entre outras), conjuntamente com um processo onde essas

mesmas manifestações incluídas aí a própria idéia de dominação masculina, são relativizadas. Esse movimento, que produz os sujeitos masculinos, pode ser assim descrito:

[...] a trajetória de construção da masculinidade de cada homem se faz com o modelo de masculinidade hegemônica sempre presente e reforçado, seja pela mídia, pela escola, pela igreja, etc., mas ao mesmo tempo com uma pluralidade de outros modos de viver a masculinidade presentes em seu cotidiano, representados pelos tipos particulares e originais que cada homem encontra ao produzir sua própria trajetória masculina na vida do dia a dia (SEFFNER, 2003, p.125).

Cabe apontar que, em diversos momentos desta seção me reportei à idéia de uma masculinidade hegemônica, ou ainda de uma masculinidade tradicional. Mas, como os atributos que caracterizam as referidas masculinidades, não são contemporaneamente, tão óbvios assim, acredito que fazer alguns apontamentos, no sentido de clarificar o que seriam as características da masculinidade hegemônica é importante para este trabalho. Dessa forma, apoio-me novamente em Seffner (2003, p.140-1) com o objetivo de descrever alguns atributos (mesmo que provisórios) que norteiam a masculinidade hegemônica, que também denomino de masculinidade heterossexual. São eles:

[...] uso da violência em diversas circunstâncias da vida, incluída aí a vida sexual; vivência de agrupamentos masculinos (como no futebol, na pescaria, no exército, etc.), a tendência a dominar superando aquela da conciliação, o uso de piadas sexistas com depreciativo para mulheres e homens afeminados, o comportamento e a valorização das guerras como modos de resolver contendas; a crença no patriarcado; o exercício do papel de provedor; o reconhecimento dos ritos de passagem da vida sexual, que podem incluir iniciação sexual com prostitutas; a extrema valorização da conquista sexual; a valorização do corpo masculino e forte, a valorização do corpo sem exageros de expressão (sem lágrimas nem grandes expansões de afeto); os comportamentos homofóbico e misógino quase como inerentes à masculinidade heterossexual; a valorização da pornografia e da sacanagem; a geração de filhos e o exercício em geral pouco dedicado da paternidade; a noção de chefe de família; o gosto pela vida pública e pela atividade política e especialmente político partidária. A listagem com certeza não é exaustiva, mas ajuda a dar forma ao que pode ser entendido como masculinidade hegemônica no cotidiano.

Meu objetivo, ao discutir a questão da masculinidade, não foi explorar de maneira exaustiva o que cada pesquisador interpretou ou encontrou em seus trabalhos a respeito da masculinidade. Não me propus, nos limites desta pesquisa, a um mapeamento dos estudos que trataram de levantar perguntas e possibilidades de investigação a respeito dos lugares dos homens em nossa cultura. Optei por apresentar apoiada nos autores que anunciei no início, os parâmetros analíticos e como entendo as masculinidades, apoiada no campo teórico dos Estudos Feministas e na perspectiva pós-estruturalista.

3.3 Considerações acerca da pedofilização e da infância

Mesmo acreditando que os aspectos relacionados à pedofilização tenham aparecido de maneira discreta no *corpus* de análise selecionado para esta pesquisa, o conceito de pedofilização será brevemente trabalhado nesta seção.

Os projetos modernos de infância constroem um tipo de representação de criança que exige uma pedagogização, entretanto, as mudanças intensas nas configurações sociais da atualidade “[...] têm introduzido quebras, rachas, fissuras, na bem constituída arquitetura discursiva sobre a infância que nos foi legada pelo Iluminismo ou que nele se inspirou” (BUJES, 2005:186). Os mais diversos investimentos têm se entrelaçado para constituir o que entendemos por infância (BUJES, 2005; FELIPE, 2000, 2003, 2006). É interessante perceber de que forma esses mesmos investimentos e representações correlatas à infância têm sido fortemente resignificados, sobretudo numa época de acelerado consumo e avanço tecnológico.

Um conjunto de autores tais como Felipe (1998, 2005a, 2006), Steinberg e Kincheloe (2001), Walkerdine (1999) entre outros, analisam as novas concepções de infância produzidas nas e pelas relações de consumo, através das pedagogias culturais. Segundo estes autores, a escola não é mais o único espaço de aprendizado dos valores e significados culturais. Isso significa apontar que, se a pedagogia teve que inventar uma criança e uma infância para o projeto moderno civilizador, certamente as instâncias midiáticas reinventam uma criança para o consumo de seus produtos: as

crianças não aparecem mais como inocentes e, principalmente, imaturas. Nas propagandas publicitárias os meninos entendem tudo de computadores, *video games* e os sistemas digitais, e as meninas aparecem como pequenas mulheres provocantes¹¹, preocupadas com seus corpos, desfilando, fazendo poses e demonstrando que sabem bem o que querem no momento das compras.

O conceito de pedofilização está fortemente imbricado à questão do consumo contemporâneo, pois, a partir principalmente dos anos 80, as sociedades experimentam uma explosão oportunidades para o consumo e a tecnologia que impactaram certamente as relações sociais. (OLIVEIRA, 2004).

Felipe (2003, 2005a) tem problematizado as conseqüências do consumo com relação à infância, pois as crianças se tornaram ávidas consumidoras, além de serem objetos de consumo. Por sua vez, o mercado, através de grandes empresas, investe na imagem e na adoração da figura infantil, na busca incessante de novos nichos de consumo. Esse mecanismo do mercado acontece de maneira intensa através da publicidade, que demonstra aos nossos olhos, que qualquer motivo ou imagem que possa estimular o consumo pode ser veiculado, incentivando de maneira sedutora a compra de produtos como uma grande novidade, mesmo não sendo (STEINBERG & KINCHELOE, 2001).

Existe, na publicidade atual, uma urgência em se produzir necessidades. Como demonstra Oliveira (2004):

A importância de variar as estratégias de publicidade para o escoamento das mercadorias é inequívoca, uma vez que o mercado de consumo contemporâneo não ajusta o nível da oferta à demanda existente, (antes) cria a nova demanda para atender o potencial de oferta (p.122).

Steinberg e Kincheloe (2001, p.24) tratam de tematizar a questão das propagandas voltadas para o universo infantil: “corporações que fazem propaganda de toda a parafernália para crianças consumirem promovem uma *teologia de consumo* que

¹¹ Para as campanhas do Natal/2005, uma grande loja de departamentos exibiu uma propaganda onde uma garotinha ensinava o Papai Noel a desfilhar, a ter ‘estilo’ e ‘personalidade’. Aliás, a garotinha não somente ensinava, mas ‘mandava’ o Papai Noel murchar ‘o barrigão’.

efetivamente promete redenção e felicidade através do ato de consumo” (grifos dos autores).

O consumo exacerbado como um elemento significativo também atravessa o próprio conceito de pedofilização: ao mesmo tempo em que atos pedófilos são vigiados, escrutinados e mesmo odiados, “[...] as crianças têm sido alvo de um forte apelo comercial, sendo descobertas como consumidoras e, ao mesmo tempo, como objetos a serem consumidos” (FELIPE & GUIZZO, 2003, s/p).

O corpo infantil vem sendo alvo de constantes e acelerados investimentos. Com o surgimento dos veículos de comunicação de massa, em especial a TV, as crianças passaram a ser vistas como pequenos consumidores, e a cada dia são alvos constantes de propagandas. Ao mesmo tempo em que elas têm sido vistas como veículo de consumo, é cada vez mais presente a idéia da infância como algo a ser apreciado, desejado, exaltado, numa espécie de ‘pedofilização’ generalizada da sociedade (op.cit).

O conceito de pedofilização, portanto, nos permite explorar de maneira investigativa a curiosa contradição que tem se estabelecido em nossa cultura, a saber: as campanhas de proteção à infância e combate à violência e pornografia infantil estão lado a lado com imagens erotizadas das crianças, especialmente das meninas (FELIPE, 2005a).

Landini (2000) também aponta nesta direção ao estudar a pornografia infantil. Se por um lado, fotos de crianças em poses sexuais são consideradas crime, temos uma cultura que erotiza a imagem da criança. Segundo ela não existe apenas

[...] uma pornografia mas também uma erótica infantil, ou, em outras palavras, uma erotização da imagem da criança. Não é difícil encontrar propagandas e anúncios onde a criança é mostrada em pose sensual ou em contexto de sedução. Novelas mostram crianças com o mesmo comportamento de adolescentes. Até mesmo as músicas, seguindo a mesma linha da ‘música do Tchan’ ou ‘dança da boquinha da garrafa’ com conteúdo bastante sexual, passaram a ser cantadas e dançadas pelas crianças (2000:36-7).

Felipe (1998) em outro momento, aponta para o fato de que, na corriqueira distinção entre os brinquedos fabricados para as meninas e para os meninos estão

contidas as representações de masculinidade e feminilidades presentes na cultura. Muitos brinquedos dirigidos às meninas estão com cada vez mais frequência, inspirados em modelos fotográficos, cantoras e apresentadoras de programas infantis, e que, por sua vez, são todas mulheres muito sensuais. As meninas são interpeladas por discursos que determinam o que é ser uma mulher e uma mulher feminina e, neste caso, a representação mais comum (ou hegemônica) é ser uma modelo famosa, com um corpo magro e se portar sempre de maneira sensual e sedutora.

Cabe perguntar, à luz das problematizações sistematizadas até agora pelo conceito de pedofilização, como as meninas estão elaborando tais representações de mulheres sempre sensuais e disponíveis, numa cultura que, sobretudo no século XX, objetifica os corpos femininos como saída para a vendagem de produtos desde roupas, sapatos e cosméticos até produtos que, em tese, não exigiriam um corpo feminino magro e desnudo, tal como pneus, cervejas, roupeiros, baterias de carros, entre outros.

4 As escolhas metodológicas

Para este capítulo, tenho como objetivo apresentar, num primeiro momento, alguns dos passos que me levaram à escolha da revista SEXY como *corpus* deste trabalho. Em seguida, apresento a maneira como organizei as informações da revista e também como consegui novas informações que, durante o processo investigativo, julguei pertinentes levantar.

A escolha de uma revista não foi um processo simples, pois, segundo Monteiro (2000b) e Anna Carolina da Matta-Machado (2004, 2005) existe um sem-número de revistas dirigidas para o público masculino, uma tendência do mercado brasileiro, francamente inspirada nos mercados americano e europeu. Especialmente a partir dos anos 90, a pluralização deste ramo editorial está intimamente relacionada à idéia de ‘estilos de masculinidade’¹² (estilos de vida associados à masculinidade). Segundo Matta-Machado (2004, s/p),

A noção de estilo de vida pode ser definida, sinteticamente, como a atitude demonstrada pelo indivíduo na escolha de certas mercadorias e certos padrões de consumo e na articulação desses recursos culturais como modos de expressão pessoal e distinção social.

Neste mercado existe uma associação entre o foco editorial de cada revista com o estilo de vida que a mesma pretende capturar. Portanto, quando tal mercado sinaliza variados estilos de masculinidade, está apostando em diferentes nichos de consumo para seus produtos. Com relação à masculinidade, os nichos estão cada vez mais específicos, pois “se há uma necessidade de se colocar em questão os interesses e desejos do homem, é porque estes não são mais tão óbvios para todos, ou não são compartilhados por todos os homens de forma generalizada” (MONTEIRO, 2000b, p. 87).

Em uma pesquisa rápida por bancas de jornal e sebos percebo que a afirmação de Monteiro (2000b) faz sentido. São revistas que contemplam desde sujeitos de classes econômicas diferenciadas (revistas para empresários, para ‘homens de bom

¹² A idéia de ‘estilos de masculinidade’ não é utilizada nesta pesquisa como aporte conceitual-analítico. Portanto, tal idéia somente descreve as concepções do mercado editorial de revistas masculinas, tanto europeu/americano, quanto brasileiro.

gosto', revistas mais baratas), bem como preferências mais específicas (homens que desejam saber mais sobre o futebol, ou outras modalidades esportivas, ou só sobre carros, ou sobre música). Além disso, existem as publicações específicas para os homens gays, e outras que, apesar de não se autodenominarem como tal, exploram um imaginário conceitual de heterossexualidade, e quase sempre não contemplam outras identidades sexuais masculinas.

Dessa maneira, acredito ser importante expor os critérios estabelecidos para a escolha da revista. De uma maneira geral, a preferência foi para revistas voltadas para o público masculino heterossexual, tais como *Playboy*, *VIP*, *Sexy*, *UM* (Universo Masculino). O passo seguinte foi estabelecer que a revista além de um expressivo alcance em vendas, seria comentada em outros jornais, em sites de entretenimento e fofocas, notícias em geral e também em programas da televisão. Quase todas as revistas masculinas atualmente apresentam modelos famosas em ensaios sensuais¹³ ou de nu em suas capas, entretanto, algumas revistas priorizam muito mais o apelo erótico do que outras. Enquanto a revista *UM* mostrou somente um ensaio sensual, as revistas *Playboy* e *VIP* (sendo que esta última não apresenta ensaios nus) e *Sexy* exibiam mais de um ensaio fotográfico, assim como reportagens onde uma das prioridades, era enfatizar a conquista amorosa-sexual dos homens pelas mulheres, e outras questões ligadas à sexualidade masculina em si. Desta forma, é possível afirmar que as revistas apresentam perspectivas diferenciadas¹⁴ com relação à própria postura masculina nos relacionamentos afetivo-sexuais.

Escolhi a revista *Sexy*¹⁵ por apresentar vários ensaios de nu feminino, além de reportagens que considere interessantes do ponto de vista da sexualidade masculina, ou melhor, como a revista entende e descreve a sexualidade masculina, fato que será posteriormente problematizado nas análises.

¹³ A expressão 'ensaio sensual' é muito comum para designar ensaios fotográficos que não apresentam os/as modelos nus, ou seja, existe uma preocupação muito maior em sugerir uma sensualidade e capacidade de sedução do que exatamente explicitar minúcias do corpo do/da modelo em questão.

¹⁴ Por exemplo, a revista *UM* apresenta reportagens sobre como melhorar o casamento, como ser um bom pai, diferentemente da abordagem da revista *Sexy*. A questão da paternidade, por exemplo, não apareceu em nenhum momento na *Sexy* durante o período analisado.

¹⁵ É importante salientar que as revistas *Playboy* e *VIP* também apresentam vários ensaios de mulheres nuas ou sensuais em suas páginas. Entretanto, escolhi a *Sexy* por apresentar menor quantidade de publicidade, ao contrário das revistas referidas acima, em que a publicidade chega a ocupar cerca de 40% de uma edição.

Com as doze edições do ano de 2005 em mãos, o início que me pareceu mais óbvio foi o manuseio constante de todo o material, através da leitura atenta das reportagens, a observação dos ensaios fotográficos, a comparação entre um ensaio e outro, a leitura das cartas e e-mails dos leitores da revista, etc. Com o tempo, percebi que eu precisava de uma espécie de ‘algo mais’, ou seja, um aprofundamento a respeito da própria abordagem das revistas masculinas (por exemplo, os tipos de reportagens que cada uma apresentava como prioridade, como foco editorial), os ensaios fotográficos (se eram diferentes das outras revistas, ou não). De uma maneira geral, era preciso maior familiaridade com o tipo de abordagem das revistas masculinas e, para isso, busquei com mais afinco informações sobre outras revistas, a saber: o tom dos ensaios fotográficos, o tratamento dado às cartas e e-mails dos leitores, as preocupações com a aparência e cuidado masculino e, principalmente, a abordagem de cada uma a respeito dos relacionamentos afetivo-sexuais.

Para tais objetivos, a leitura das doze edições foi alternada a visitas a sites que disponibilizavam os ensaios fotográficos gratuitamente¹⁶, assim como os sites oficiais das revistas em questão. Qualquer informação sobre as revistas masculinas ganhou relevância na medida em que permitia uma maior comparação com a abordagem da *Sexy*, além de oferecer uma visão muito mais ampliada e familiarizada do mercado editorial para as revistas masculinas.

Cabe neste momento, portanto, um relato de como procurei ‘destrinchar’ as informações contidas nas doze edições. Em um segundo momento, retomarei as informações mais relevantes, coletadas a partir das muitas buscas sobre qualquer informação a respeito da *Sexy* e do universo masculino descrito/produzido pelas publicações disponíveis no mercado.

4.1 “Despindo” a *Sexy*

¹⁶ É um tanto complicado citar tais sites como referência, já que de uma forma ou de outra, divulgam as fotos de maneira ilegal, portanto, podem estar ou não ‘no ar’. A alternativa sempre foi primeiramente recorrer ao Google, e daí sim, conseguir acessar estas ferramentas. Este processo foi interessante, pois descobri, por exemplo, um blog que se dedicava a divulgar as novidades de todas as revistas masculinas do mercado, ou seja, era um blog exclusivo para as notícias de quem saíria em tal capa, em qual revista, se estava negociando ou não, etc. O nome do blog é “*Playsexynews*”.

Alguns dos muitos slogans publicitários que buscam de alguma forma, caracterizar a *Sexy* são frases do tipo: “Só a *Sexy* sabe como despir uma mulher”, ou ainda “Uma mulher só sai realmente nua após posar para a *Sexy*”¹⁷. Portanto, o subtítulo acima é uma espécie de provocação, pois foi necessário ‘despir’ a revista, ou seja, esmiuçá-la, olhar atentamente, descobrir detalhes, começar de alguma forma, a fantasiar...

Para estimular um olhar mais atento, especialmente após a leitura prévia de todo o material, estabeleci uma espécie de quantificação e/ou organização das informações disponíveis, como por exemplo, analisar as chamadas de capa, as mensagens do editor da revista, os cenários dos ensaios fotográficos, as sugestões de consumo consideradas mais expressivas, as cartas e e-mails dos leitores, assim como as dúvidas masculinas apresentadas na seção *Coisa de Mulher*.

As informações de cada edição foram organizadas no quadro¹⁸ abaixo, e distribuídas conforme o foco maior da pesquisa, ou seja, privilegiando as questões de gênero e sexualidade.

Carta do Editor (principais idéias)	
Chamadas de capa (gênero e sexualidade)	
Concepção da revista (homens e mulheres)	
E-mails dos leitores	
Dúvidas Masculinas (“Arianne Responde”)	
“Coisa de Mulher”	
Matérias sobre sexualidade	
“Lançamento Nacional” (ensaio)	
Capa (ensaio)	
“Delícia do mês” (ensaio)	
Entrevista (“O sentido da vida	

¹⁷ Frases desse tipo apareceram nos elogios dos leitores, e também em alguns comentários de integrantes da comunidade da *Sexy* no site de relacionamentos Orkut.

¹⁸ Ao final da Dissertação, encontra-se o Apêndice A – com as informações organizadas a partir deste quadro, detalhadas para cada edição do ano de 2005.

segundo...")	
Propagandas publicitárias	
Consumo	

O cargo de editor¹⁹ de uma revista é, em última análise, um cargo de chefia, ou seja, cabe ao editor (também chamado de diretor) por exemplo, selecionar e destacar o que conta como importante ou não para determinada publicação. Também é seu trabalho validar e avaliar, rejeitar ou mesmo eliminar as reportagens de todas as edições, as propostas dos profissionais que trabalham na revista, a linguagem, a abordagem e os rumos da publicação. Por fim, cabe ao editor comentar sobre o que foi realizado, o que foi apresentado, o quanto de trabalho foi investido para o prazer do consumidor final, o leitor. Desta maneira, a carta do editor no caso da *Sexy*, apresentou-se sempre como um grande comentário a respeito do que aparecia em cada edição, sobre as mudanças que a revista prometeu para o ano de 2005 aos seus leitores, as mulheres ‘gostasas’, entre outras informações. Através da leitura atenta, e da organização das principais informações no quadro, pude estabelecer uma relação entre o tom irônico do seu próprio texto, com o restante da linguagem e abordagem da revista. É possível perceber na revista como um todo, as ‘marcas’ da linguagem pessoal do editor.

O texto de Edson Aran, ao longo das doze edições analisadas, foi sempre irônico, apresentando comentários debochados sobre a política nacional, a “concorrente” (no caso, a revista *Playboy*), o modo como anunciou as mulheres que posaram para a revista, as promessas de mudanças, entre outras questões. E, para os objetivos mais específicos desta pesquisa, de uma forma ou de outra anunciou determinadas formas de ser homem, determinadas formas de se relacionar com as mulheres, assim como também estabeleceu uma relação direta com o leitor, prometendo sempre uma revista que atende às necessidades e desejos masculinos.

Outro ponto que considerei importante recolher e organizar no quadro foram as chamadas de capa de todas as edições. Enquanto elemento que busca

¹⁹ Durante todo o ano de 2005, o editor chefe (ou diretor) da *Sexy* foi o jornalista e também escritor Edson Aran. Para informações interessantes sobre a produção deste escritor (e suas concepções de gênero e sexualidade), o site <http://www.sitedoaran.com.br> traz várias informações, que não serão exploradas no contexto desta pesquisa.

fundamentalmente capturar o possível leitor, as chamadas de capa da *Sexy* além de irônicas, tinham um maior destaque para o ensaio fotográfico principal, e também para as dicas e promessas de um maior desempenho sexual para os homens. A partir da organização das chamadas de capa foi possível perceber uma relação de ensino-aprendizagem que a revista estabelece com os leitores, através de expressões como *aprenda a ser macho*, *a gente ensina como traçar uma mulher*, entre outros exemplos.

Outro ponto que considerei relevante para organizar no quadro foram os profissionais que trabalharam na concepção da revista. Este tipo de informação aparece logo no início da publicação, com o sugestivo nome de *Gente que rala*, ou seja, ali estão as fotos e uma breve descrição dos/das profissionais que apresentaram as reportagens de maior destaque no mês. A partir daí, o objetivo maior foi, num recorte de gênero, recolher e organizar a quantidade de homens e mulheres que trabalharam no desenvolvimento da revista²⁰.

As cartas e e-mails dos leitores foram um dos primeiros alvos no 'destrinchar' as informações da *Sexy*. O objetivo ao organizá-las no quadro foi perceber se as mulheres também se manifestaram (foram somente cinco e-mails, durante todo o ano), assim como também procurei anotar os pedidos dos leitores, as críticas e os elogios. A partir desta estratégia pude perceber que os pedidos dos leitores, de uma maneira geral, são em torno das mulheres que poderão fazer um ensaio fotográfico para a revista em edições futuras. Entretanto, tais pedidos, diferentemente do modelo de beleza feminina cultivado pela revista (ou seja, mulheres jovens, com coxas grossas e bumbum grande), tomaram muitas vezes, uma direção diferente, ou seja, os leitores pediam mulheres mais velhas, como por exemplo a atriz Renata Sorrah, ou ainda mulheres mais 'rechonchudas', como a cantora Preta Gil. O ponto mais importante a destacar (que será trabalhado posteriormente) é a atitude da revista ao responder tais e-mails, principalmente num tom de deboche e ironia, isso porque mulheres mais velhas ou mais gordas não condiziam com o padrão de beleza explorado pela *Sexy*.

²⁰ Ao longo das doze edições, os homens se destacaram como maioria, em termos de quantidade de profissionais. Entretanto, é preciso adiantar que as jornalistas mulheres foram as que mais falaram a respeito dos homens nos relacionamentos afetivo-sexuais, assim como o desempenho sexual e as dúvidas masculinas.

A parte do quadro em que organizei as dúvidas masculinas²¹ além de ser uma oportunidade para uma maior atenção às mesmas, também já de início, indicou significativamente uma pluralidade de experiências masculinas, tanto afetivas quanto sexuais. Os homens tinham dúvidas sobre o tamanho do pênis, fantasias sexuais, relacionamento com os amigos e com a parceira estável, iniciação sexual, entre outras perguntas. O movimento importante a se destacar a partir da leitura e organização atenta dessas dúvidas foi justamente a forma como a revista acolhia, abordava e respondia a tais questões, ou seja, qual o tipo de ensinamento que a revista propunha para a solução dos dilemas.

A seção *Coisa de Mulher: o que passa pela cabeça da fêmea da espécie* pareceu-me importante de ser organizada no quadro, por apresentar um viés de gênero bastante interessante para os limites dessa pesquisa. De fato, ao longo do ano, em todas as edições, a seção referiu-se fundamentalmente ao relacionamento entre homens e mulheres (por exemplo, como homens e mulheres comportam-se tanto no momento da conquista e sedução quanto em um relacionamento estável). De maneira preliminar, é possível argumentar que a revista, especialmente através da seção *Coisa de Mulher* estabelece o que é certo e errado para os comportamentos masculinos e femininos, assim como uma tentativa de delimitação dos mundos, concebidos como antagônicos, esclarecendo aos homens aspectos a respeito das 'coisas do mundo feminino'.

As reportagens que versaram de uma forma ou de outra, a respeito da sexualidade, foram organizadas no quadro com o objetivo de perceber a sua frequência, ou seja, todo o mês a revista se referiu principalmente ao exercício dos desejos e prazeres masculinos. Outro ponto importante ao organizá-las foi perceber os nomes dos/das jornalistas envolvidos na produção destas reportagens, assim como uma maior atenção aos títulos das mesmas, o tom irônico (ou não), a promessa de um maior desempenho sexual, a postura educativa, entre outras características.

²¹ Para lembrar, as cartas e e-mails com pedidos, elogios, críticas ou outros comentários são organizados na seção "*Fala que eu te escuto*". As dúvidas dos homens sobre desempenho sexual e relação estável são organizadas e respondidas na subseção "*Ariane Responde*", que, por sua vez, está localizada na seção maior denominada "*Coisa de Mulher: o que passa pela cabeça da fêmea da espécie*".

Organizar os ensaios foi um processo importante para perceber as nuances de tais produções: de que forma determinadas locações se repetem, quais os padrões de beleza feminina que se estabelecem, os ângulos e as posições das modelos nas fotos, as cores, os tamanhos, etc. Lançar um olhar atento para a descrição destes cenários trouxe informações valiosas, tais como o não aparecimento de mulheres negras nos ensaios, em um claro privilégio, por parte da revista, de modelos brancas e louras²².

A *Sexy* apresenta todo mês uma entrevista bastante curta com alguma personalidade do meio artístico, esportivo, ou ainda da política nacional. Organizar estas informações foi importante para perceber, num primeiro momento, o título da seção que abriga as entrevistas, denominado *O sentido da vida segundo...*. Depois, pude perceber, ao longo das doze edições, que todos os entrevistados eram homens. Nenhuma mulher, da música, literatura ou política foi convidada a dar entrevista, para falar a respeito do 'sentido da vida'. O teor das entrevistas respeitou o lugar que o entrevistado ocupava, ou seja, se era um homem do futebol, as perguntas giravam em torno deste tema, se era da música a mesma coisa, e assim sucessivamente.

As propagandas publicitárias juntamente com as sugestões de consumo expostas na *Sexy* foram as últimas informações que considerei relevante para organizar no quadro. As propagandas publicitárias na *Sexy* não são tão expressivas em quantidade, assim como também não exibem marcas mais elitizadas, como jóias, ternos, perfumes caros, etc. As propagandas giraram em torno de tênis esportivos, cervejas, camisinhas, lançamento de filmes, entre outros artefatos mais simples. Analisar as sugestões de consumo trouxe uma informação importante, pois a revista sugeriu produtos para cuidados pessoais do homem e também sobre moda masculina de maneira mais dispersa, enquanto que bebidas diversas (por exemplo, cachaça, cervejas de todos os tipos e qualidades), cigarros, charutos e tira-gosto de botecos (denominados de 'baixa gastronomia'), tiveram lugar garantido enquanto sugestão de consumo em todas as edições.

É possível afirmar que o recurso utilizado para 'despir' a revista trouxe bons resultados para serem explorados durante as análises. Um dos indicadores das

²² No ano de 2004 a modelo negra Adriana Bombom foi capa da *Sexy* (edição de setembro). Durante o ano de 2005 nenhuma modelo, atriz ou cantora negra fez algum ensaio de nu para a *Sexy*.

representações de gênero que circularam na revista é que se por um lado, as mulheres apareceram como ‘furacões’ de sensualidade e objeto do desejo masculino, por outro lado, elas também ocuparam o espaço de ‘cuidadoras’, orientadoras dos homens para os relacionamentos, para a experimentação sexual, entre outras ‘dicas’.

4.2 Buscando outras informações

Quase todas as revistas masculinas mais expressivas do mercado editorial brasileiro possuem no site de sua respectiva editora, informações importantes a respeito do público alvo, as tiragens mensais, as capas mais vendidas, e ainda os hábitos de consumo dos leitores. No caso da *Sexy*, a editora Rickdan não possui nem mesmo um site específico, ou seja, não é possível encontrar nenhuma informação mais clara e objetiva a respeito da mesma, diferentemente das revistas *Playboy* e *VIP* (ambas da Editora Abril) ou *UM* (da Editora Símbolo). Como é possível perceber, um dos desafios foi justamente recolher o maior número de informações sobre a *Sexy*, tais como a sua história, um pouco sobre os leitores, as estratégias de marketing da revista, entre outras. A revista possui um site²³, cujo objetivo, em matéria de entretenimento, é diferente da revista (motivo pelo qual preferi analisar *somente* a revista), conforme explicitado na própria apresentação do site:

O *SexyClube* é um produto do Grupo *Sexy*, responsável pelas revistas *Sexy*, *Premium* e *Total*. A principal característica do site é a diversidade de material erótico. Ensaios sensuais, vídeos provocantes, matérias e entrevistas picantes são algumas das marcas que tornaram o *SexyClube* um dos líderes no ramo de entretenimento masculino de qualidade e bom gosto. No *SexyClube*, os associados dispõem de um prático sistema de navegação que permite acesso fácil e irrestrito às seções do site. Além do conteúdo exclusivo produzido para a internet, os associados têm acesso também aos ensaios das revistas *Sexy* e *Premium*. A edição do mês da revista *SEXY*, além de suas 12 últimas edições, ficam disponíveis na íntegra, além de contar com fotos exclusivas para internet e vídeos com os bastidores do ensaio de capa.

²³ Na época selecionada, o site era <http://www.sexyclube.uol.com.br>, e só era permitido a navegação para quem era assinante do site ou do conteúdo UOL. Nos meses finais do ano de 2006, o site da *Sexy* é hospedado no Portal IG: <http://www.sexyclube.ig.com.br>. A navegação no site também é mediante assinatura.

Fonte: http://sexyclube.ig.com.br/central_associado/oSexyclube/apresentacao.shtml Acesso em 15/12/2006.

Um primeiro recurso planejado foi abrir uma pasta em meu computador denominada de “*Dossiê Revista Sexy*”, onde naquele espaço, eu poderia armazenar qualquer informação a respeito da revista, ou ainda que pudesse pelo menos, oferecer pistas sobre aspectos importantes. As informações obtidas foram esparsas, bem como informações sobre o perfil do leitor.

O passo seguinte foi acessar periodicamente a comunidade da *Sexy* no Orkut²⁴, que até a finalização da pesquisa, contava com cerca de 6.200 usuários. Através desta ferramenta pude entender um pouco das opiniões e preferências dos leitores, como por exemplo, uma espécie de ‘dilema’ quando elaboram críticas à revista: alguns preferem que a revista invista em mulheres consideradas ‘gostasas’, não importando, em última análise, se a garota é famosa ou não. Outro montante de leitores considera fundamental a revista arregimentar sempre mulheres famosas (atrizes de novelas globais, cantoras famosas, apresentadoras, por exemplo), pois o importante, para este caso, é ver a mulher famosa nua, destrinchando assim as minúcias e detalhes do seu corpo.

Para conseguir outras informações não somente sobre a *Sexy*, mas sobre o universo das revistas masculinas, elegi alguns profissionais da revista para realizar buscas a respeito de suas trajetórias. Tais profissionais foram o editor da revista, Edson Aran²⁵, a editora da seção *Coisa de Mulher* (assim como a jornalista que responde às dúvidas masculinas), Arianne Brogini e a produtora dos ensaios da revista (contratada em setembro/2005), Ariani Carneiro²⁶.

O objetivo maior foi associar uma busca a respeito de informações sobre as revistas, a partir dos nomes destes profissionais. Esta ferramenta foi bastante satisfatória, especialmente em se tratando de uma ampliação do universo das revistas

²⁴ Ver: <http://www.orkut.com/community.aspx?cmm=2238558>.

²⁵ A título de curiosidade, o trabalho de Edson Aran à frente da *Sexy* fez tanto sucesso comercialmente, que a revista chegou a bater a ‘toda-poderosa’ *Playboy* duas vezes nas bancas, durante o ano de 2005. Desta maneira, desde maio de 2006, Edson Aran é diretor da revista *Playboy*.

²⁶ A entrada de Ariani Carneiro para a *Sexy*, a partir de setembro/2005 foi muito festejada, pois trabalhava para a *Playboy* há 17 anos na produção dos ensaios fotográficos. Dentre as responsabilidades de Ariani, está o contato e o convite com as possíveis capas da revista.

masculinas. O jornalista Edson Aran possui como trajetória profissional paralela, o trabalho de escritor, onde seus textos são fundamentalmente relacionados ao humor e ironia. Alguns dos livros são: “*O Imbecilismo – e outros textos de humor*”; “*Conspirações – tudo o que não querem que você saiba*”; “*A noite dos cangaceiros mortos-vivos*”; “*Aqui jaz – o livro dos epitáfios*”; “*Quânticos – o destruidor de mundos*”. Através do seu nome, também consegui um pequeno artigo denominado “*Breve história das revistas masculinas*”²⁷, onde o autor narra as fórmulas editoriais de maior sucesso no ramo das revistas masculinas, como a *Playboy* (invenção do jornalista americano Hugh Hefner em 1953), até fórmulas atuais inspiradas nas publicações inglesas, como *Maxim* e *FHM* (*For Him Magazine*). No texto, Aran propõe para a *Sexy*, uma mistura do bom humor, ironia e informação das revistas inglesas, sem abrir mãos das mulheres peladas, herança da fórmula editorial de *Playboy*.

Ainda com relação a Aran, acredito ser importante pontuar o fato de que sua trajetória de trabalho com o humor marca muito a própria abordagem da *Sexy*, expressas nas críticas ao governo Lula, à literatura feminina, aos filmes considerados de ‘mulherzinha’ (incluindo aí várias críticas ao cineasta Pedro Almodóvar²⁸), e a cantores como Caetano Veloso. Fica evidente que muito do próprio teor e humor da revista são marcas da trajetória pessoal do editor.

A outra profissional que procurei informações foi Arianne Brogini, responsável pela seção *Coisa de Mulher*, onde escreve a respeito do comportamento masculino e feminino, além de atender e acolher as dúvidas masculinas. Ela também é responsável pelas críticas de cinema e DVD da revista. Uma pesquisa sobre esta profissional não trouxe tanto resultados (se comparados à Edson Aran), pois consegui apenas uma rápida entrevista²⁹ onde ela foi convidada a falar um pouco sobre “as dúvidas dos machos que não sabem o que fazer na hora H” que escrevem para a revista. Segundo

²⁷ O texto encontra-se disponível em: <http://www.expm.org.br/associados/coluna>, acesso em 19/10/2005.

²⁸ Por exemplo, em seu livro “O imbecilismo”, Aran procurar falar do “ridículo de tudo”: Lula (“o bom selvagem que levou a sério a própria idéia de pureza”), Almodóvar (“é uma Glória Perez ainda mais mexicana”), e Caetano Veloso (“é um gênio da raça só comparável a Compadre Washington, Carla Perez e Luis Caldas”).

²⁹ Disponível no site <http://www.radiofx.com.br/videos/videos3.asp>. O slogan desta rádio (que também é uma emissora da TV paga) é a “FX, o programa de rádio que o homem vê”. Os apresentadores são: o músico Marcelo Nova, a jornalista Dani Mel (loura e sensual, diga-se de passagem) e o jornalista Ricardo Corte Real.

Ariane, a maioria das dúvidas está em torno do desempenho sexual satisfatório e da traição e, especificamente com relação a esta última questão, ela diz que os homens no fundo, querem buscar boas justificativas para a 'pulada de cerca'. Ariane afirma durante a entrevista nunca dar, na verdade, o aval completo para o homem consumir a traição.

A terceira profissional comentada anteriormente, Ariani Carneiro, é uma peça-chave importante para entender como e porque muitas mulheres posam para as revistas masculinas, especialmente para ensaios que envolvem nudez e uma maior exposição. Além do valor em dinheiro recebido, juntamente com o prestígio conseguido através do ensaio, um terceiro fator contribui significativamente para a decisão de uma mulher posar nua. Certamente este terceiro fator é fruto do contato da produtora com as mulheres, e principalmente sua credibilidade, ou seja, as ofertas, os acertos com relação aos temas do ensaio, as roupas, a escolha das fotos, ficam a cargo de Ariani e, de uma maneira geral, as mulheres que posam para as revistas confiam muito no seu trabalho, principalmente com a preocupação constante em não ficar um 'ensaio vulgar'³⁰.

4.3 Das regularidades e dos silêncios

O esforço realizado até agora foi no sentido de mostrar parte do processo investigativo, uma busca constante de informações que fossem válidas não somente para a dissertação em si, mas para a própria aproximação da pesquisadora com o universo específico das revistas masculinas. Cabe agora, ainda alguns comentários a respeito do que constituiu o olhar atento não somente para o material bruto, mas também para as 'fantasias' que se delinearão para o andamento das análises.

³⁰ Essa foi a preocupação tanto de Scheila Carvalho (outubro de 2005) e de Cissa Guimarães (novembro de 2005), através das declarações que deram para as revistas e sites de fofoca há época dos ensaios. Sheila e Cissa posaram justamente porque confiaram na longa trajetória de Ariani para o sucesso dos ensaios. Uma entrevista interessante com Ariani Carneiro foi encontrada no site http://www.fotosite.terra.com.brespeciais_arquivo/entrevistas/arianic1.htm

De acordo com as perspectivas metodológicas das teorias da comunicação, o presente estudo insere-se em uma análise de conteúdo, ou ainda uma análise textual³¹ (RIAL, 2005, p.112). Ou seja, o objetivo (especialmente quando relatei o processo de organização das informações disponíveis na revista), foi um esforço em identificar e contar determinadas aparições a partir das unidades escolhidas (os critérios estabelecidos para a confecção do quadro). Foi possível também a busca de determinadas regularidades, assim como os silêncios, o que importa e o que não importa enquanto conteúdo para um roteiro destinado à masculinidade heterossexual.

A análise cultural (SILVA, 1999) que empreendo especialmente a partir da seção seguinte, subsidia o interesse em problematizar a revista enquanto um roteiro, em analisar os recursos utilizados pela *Sexy* que não somente descrevem os homens, “mas formam os objetos de que falamos” (idem, 1999), a saber: o exercício dos desejos e prazeres masculinos expostos na revista. Enquanto um roteiro, a revista se apóia em determinados discursos e representações de masculinidade que não somente designam, mas também formam. No olhar construído para analisar o material que descrito até agora, existe uma rejeição da ‘noção realista’, ou seja, o universo masculino apresentado pela revista não é somente descrito. Tal descrição, por sua vez, não é ‘neutra’, mas sim atravessada pelas representações de masculinidade que circulam em nossas sociedades contemporâneas. (GILL, 2004)

Para finalizar, acredito que o esforço em qualificar o material selecionado para a investigação seja satisfatório. O material selecionado não somente aborda de maneira contundente o que entende por universo masculino, mas também se autoriza a falar por este grupo específico da sociedade, a saber, os homens.

³¹ O panorama teórico-metodológico da Comunicação são: 1) os estudos do meio; 2) análise textual (ou análise de conteúdo); 3) os estudos de recepção (ou de audiência). Para um maior aprofundamento, ver RIAL, Carmen Silvia. *Mídia e Sexualidades: breve panorama dos estudos de mídia* (2005)

5 Entendendo o roteiro: a construção cultural da masculinidade heterossexual

A partir daqui o foco será analisar a revista *Sexy* como um roteiro (editorial) para a masculinidade heterossexual, ao longo das doze edições do ano de 2005. Pensar a revista como uma espécie de pré-escrito destinado à masculinidade pode ser fértil na medida em que nas teorizações que explorei no início desta dissertação, as concepções de gênero e sexualidade que organizam a vida social/cultural dos sujeitos não são naturais, mas sim construídas histórica e culturalmente (LOURO, 1997; SEFFNER, 2003).

É possível argumentar que as representações de gênero e sexualidade não estão prontas, mas são constantemente produzidas, reiteradas, afirmadas. Tais representações podem assumir sistemas de significados mais complexos tornando-se, inclusive, artefatos para consumo. As revistas masculinas e femininas arregimentam grandes vendas porque sabem que os sujeitos 'precisam' de verdades pré-estabelecidas, e, em se tratando de gênero e sexualidade, a concepção de essência, de uma verdade intrínseca sobre os sujeitos é ainda mais valorizada, inclusive comercialmente. Entretanto, também é importante afirmar que, enquanto um roteiro (ou seja, informações que estão pré-escritas) pode ser francamente rejeitado, refeito, analisado, negociado, aceito em partes, entre outras atitudes, através das múltiplas experiências masculinas que podem ser observadas na realidade social.

Segundo Maria Luiza Heilborn (2006, p.45), a idéia de roteiro também pode ser analisada pelo/a pesquisador/a observando a vida dos sujeitos: "Os indivíduos são socializados para a entrada na vida sexual por meio da cultura, que orienta roteiros e comportamentos, considerados aceitáveis para cada grupo social". Um roteiro editorial como a *Sexy* apresenta orientações e ensinamentos em torno do que conta como conhecimento sobre a sexualidade, assim como nos permite argumentar que a construção da sexualidade possui um viés que é amplamente cultural. Os comportamentos aceitáveis para cada grupo funcionam na vida social através das pedagogias da sexualidade (LOURO, 2001, p.11). Por pedagogias da sexualidade, entendemos o processo pelo qual os sujeitos aprendem e apreendem o que é certo e errado sobre as práticas corporais e os desejos eróticos. Isso significa que

As muitas formas de fazer-se mulher ou homem, as várias possibilidades de viver prazeres e desejos corporais são sempre sugeridas, anunciadas, promovidas socialmente [...] a sexualidade é ‘aprendida’, ou melhor, é construída, ao longo de toda a vida, de muitos modos, por todos os sujeitos.

Através das pedagogias sexuais que compõem este roteiro editorial destinado à masculinidade heterossexual, a *Sexy* dirige o processo de apresentação, descrição e um modo peculiar de incitar o leitor de orientação heterossexual a experimentar a sexualidade. As representações de masculinidade heterossexual presentes na revista não somente designam, mas formam. Um exemplo que demonstra tal argumentação é a abordagem da revista com relação aos e-mails dos leitores (as respostas da revista estão em destaque itálico):

Vocês são muito divertidos, mas eu não sou louco nem preciso de médico. Quero a Renata Sorrah na capa da SEXY, nem que, para isso, eu e outros leitores tenhamos de pagar o cachê dela.

Tá, Cristian, tá. Talk to my hand.

Edição 307 – Julho 2005, p. 10

Vamos valorizar a mulher carnuda, bunduda e muito mais. Queremos a Preta Gil, que já emagreceu bastante. Ensaio com Preta Gil já!

Tá, tá, tá. Talk to my hand.

Edição 307 – Julho 2005, p. 10

Por favor, façam nus artísticos da Rita Cadillac. É muito difícil encontrar uma mulher daquela idade com aquela plástica! Garotas de 18 a 25 anos, é fácil. Qualquer coisa nova é boa, até Jipe Lada.

É verdade, José Carlos. Mas tente vender um Jipe Lada depois de algum tempo de uso. Além de você, quem mais compra?

Edição 307 – Julho 2005, p. 10

Sei que gosto não se discute, mas eu prefiro o logotipo antigo da SEXY. O ensaio com a Livia Lemos foi bem produzido e as fotos, bem realizadas, mas porque tê-la na capa? Sejam mais criativos e nos tragam Gigi Monteiro, Gretchen e Rita Cadillac.

Você prefere a Rita Cadillac à Livia Lemos?! Cara, você vai adorar nosso próximo lançamento editorial: SEXY EM BRAILE!

Edição 306 – Junho 2005, p. 10

Vou continuar pedindo um ensaio com a Renata Sorrah, pois acho que vocês estão vacilando por não chamá-la para posar na SEXY.
Cristian, o consumo de substâncias alucinógenas é prejudicial ao organismo e proibido por lei. Recomendamos com insistência que você procure ajuda especializada.

Edição 306 – Junho 2005, p.10

A representação de masculinidade enfatizada através das respostas sugere homens que menosprezam mulheres que não condizem com os padrões de beleza explorados pela revista. Mesmo através de respostas irônicas e até mesmo divertidas, a revista não somente entretém o leitor, mas o produz. Segundo Silva (1999, p. 53-54),

Por meio da representação travam-se batalhas discursivas de criação e de imposição de significados particulares: esse é um campo atravessado por relações de poder. A identidade é, pois, ativamente produzida na e por meio da representação: é precisamente o poder que lhe confere seu caráter ativo, produtivo [...] A representação é ativa e produtiva em mais de um sentido. Como estratégia discursiva, ela produz os objetos de que fala. Além disso, ela não pode ser produzida sem a ativa mobilização de um repertório de recursos semióticos, retóricos, estilísticos. Finalmente, a representação, como já vimos, além de objetos, produz sujeitos.

Representar, portanto, significa definir o que conta como real, o que conta como conhecimento (idem). Através das pedagogias sexuais que compõem a revista dirigida aos homens, a *Sexy* define o que conta como mais importante para um homem apreciar, ou melhor, o que um homem *deve* apreciar. Existe, portanto, uma educação do olhar masculino, que menospreza explicitamente, mulheres mais velhas ou mais gordas.

Através da análise da *Sexy*, é possível “iluminar as articulações entre a esfera do sexual e a produção da masculinidade” (HEILBORN, 1998, p. 394). Na revista a sexualidade assume um lugar central, através da valorização da conquista sexual, conforme será argumentado na seção 5.2. A valorização e a manutenção de um determinado tipo de homem e um determinado tipo de sexualidade, assim como o teor das relações com as mulheres, são expostas através das matérias que estão

intimamente relacionadas ao desempenho sexual masculino, através dos ensaios de nudez e das entrevistas a essas modelos, onde são convidadas a relatarem as suas experiências e preferências sexuais.

A abordagem direta que a revista assume com o leitor no decorrer da revista, chamando-o sempre de “você”, “o que você deve fazer”, (inclusive para ‘xingar’ o leitor que não entende a proposta ou deixa para depois: “*mané*”, “*cabeção*”) indica uma relação de ensino-aprendizagem com os possíveis leitores. É uma relação pedagógica estabelecida no aprendizado do que é desejável para um homem heterossexual. Essa pedagogia da sexualidade é acionada através dos títulos de várias matérias que focaram os desejos e prazeres masculinos durante o ano de 2005:

Aprenda com quem sabe: dicas de uma lésbica para traçar (gostoso!) uma mulher (Edição 301 – Janeiro 2005)
Como trair sem se trair: guia prático para pular a cerca (Edição 303 – Março 2005)
Quer transar com duas ao mesmo tempo? Nossa repórter ensina o caminho das pedras (Edição 305 – Maio 2005)
Faça certo! Aprenda a dar cantadas com quem entende do assunto (Edição 306 – Junho 2005)
Como conseguir sexo, fama e dinheiro (os astros do rock ensinam) (Edição 307 – Julho 2005)
Faça tudo melhor! Aprenda a trocar torneira, fazer vodu, virar papa, bater falta, dançar salsa...e contar piadas! (Edição 308 – Agosto 2005)
Aprenda a ser macho! Os 22 caras mais durões do cinema (Edição 309 – Setembro 2005)
10 dicas de como se comportar numa casa de Swing (Edição 310 – Outubro 2005)
Você quer uma amante? Nós ensinamos como encontrá-la e mantê-la (na maior discrição...) (Edição 312 – Dezembro 2005)

Segundo Heilborn (1998, p.12-3) é muito importante, na construção da masculinidade, “ser bem sucedido com os roteiros prescritos para o gênero masculino”. O aspecto sedutor presente nas chamadas das reportagens descritas acima sugere uma promessa, por parte da revista, em auxiliar os sujeitos nas atividades eleitas como as mais importantes para um homem heterossexual:

Entre as atitudes arroladas nesses roteiros encontram-se tomar a iniciativa de buscar uma mulher que os pares considerem adequada, ultrapassar as barreiras de aproximação com o sexo oposto através do jogo de sedução,

manter a posição masculina de (relativa) superioridade sobre a parceira e finalmente poder contar ou mostrar para a rede de amigos que essa etapa foi cumprida.

Através das reportagens, a relação homem-mulher está presente o tempo inteiro. Esse tipo de atitude está muito relacionada à própria forma com que algumas teóricas feministas vêm desenvolvendo o próprio conceito de gênero (SCOTT, 1995; LOURO, 1997), ou seja, de maneira relacional. Certamente, o desenvolvimento do que é ser um homem, um homem *Sexy*, está intimamente relacionado com as atitudes desse homem com o gênero feminino, sobretudo se considerarmos a conquista sexual como o foco maior da revista.

5.1 Descrevendo os lugares dos homens e das mulheres na revista

Durante o destrinchar das informações disponíveis na *Sexy*, pude perceber que embora se tratasse de uma revista masculina, seria interessante atentar para os lugares que homens e mulheres ocuparam ao longo das doze edições. No início, a idéia era realizar separadamente uma espécie de contagem das vezes em que homens e mulheres apareciam na revista. Já na leitura da segunda revista pude perceber o quanto tal idéia seria equivocada, pois os homens, de uma maneira geral, apareciam muito menos do que as mulheres.

O próximo passo então foi analisar como e quais os lugares que homens e mulheres ocupavam ao longo das doze edições. As observações ganharam uma nova tonalidade. Foi possível perceber, por exemplo, que as fotos das mulheres sempre eram de melhor qualidade e coloridas. Por menor que a foto fosse, o corpo das mulheres aparecia por inteiro, ao contrário dos homens, cujo maior destaque foi para a parte de cima do corpo – busto e tronco. As fotos que tinham homens eram na sua grande maioria em preto-e-branco, com homens sérios, e na maior parte das vezes como referência ao mundo da música ou da literatura, sugerindo, de certa forma, que os homens ali expostos não tinham nenhum comprometimento com padrões estéticos vigentes para a masculinidade. Os homens com maior destaque não apresentaram um corpo magro, esculpido a malhação, jovem e bonito. O destaque foi para homens bebendo cerveja ou comendo determinados alimentos considerados como

“engordantes” (como por exemplo, as várias sugestões de tira-gosto de botecos). As fotos coloridas com homens que apareceram nas propagandas publicitárias eram poucas, simples e discretas.

As preferências musicais mais exploradas pela revista também contribuíram/contribuem para determinadas representações de masculinidade. A seção sobre música, parte valorizada pela revista, trouxe o rock como estilo de maior visibilidade, mostrando alguns músicos do pop internacional, além de algumas referências do rap e hip-hop, estas últimas especialmente relacionadas à crítica social, como denúncia de violência policial, situação dos moradores de favelas, entre outras questões referentes à realidade social brasileira. Outras preferências musicais consideradas mais populares, tais com o sertanejo³², ou o pagode, foram francamente discriminadas pela revista.

Outro ponto curioso foram referências às idéias do ‘novo homem’, ou do ‘homem sensível’, especialmente em tempos onde novas formas de masculinidade começam a ser discutidas, principalmente na mídia. No entanto, a única referência bastante irônica apareceu na edição 310 (outubro/2005, p.14), na seção *Qualquer nota*, com um título sugestivo: “*Por que eu sou é homem: conheça o retrossexual, o macho de verdade*”.

Muito se tem falado sobre como seria o novo homem do século 21. Primeiro foi o metrossexual, sujeito sensível que usa creminhos, faz sobancelha e usa a calcinha da mulher. Como a coisa não pegou bem, agora um grupo de publicitários (sempre eles...) americanos criou uma nova categoria: o über sexual. Seria uma espécie de metrossexual menos vea..., quer dizer, com atitude mais máscula. Mas, se você se sente como uma peça arqueológica diante desse “novo macho”, não se desespere: em recente edição, a revista americana *Maxim* apresentou uma “nova” corrente – o retrossexual. Traduzindo, o cara tosco, que gosta de mulher e futebol, nossa ordem.

Em uma abordagem que se refere diretamente ao leitor, a pequena notícia busca primeiro contextualizar o metrossexual, o über sexual para em seguida, deixar o leitor da revista descansado: o retrossexual sim é a representação mais adequada para o possível leitor da *Sexy*, caso ele estivesse se sentindo angustiado (‘uma peça

³² Basta nos lembrarmos uma das chacotas que são feitas com relação à música sertaneja é o rótulo de “música de corno”. Certamente a figura do corno não é um elemento que interesse para a *Sexy* explorar enquanto representações ideais para a masculinidade heterossexual.

arqueológica'). Se as possibilidades de se vivenciar o masculino têm-se multiplicado e se tornado menos óbvias, certamente uma espécie de roteiro, destinado à masculinidade funciona eficazmente definindo qual o perfil mais desejado para o leitor.

No caso das mulheres, a questão é diferente. Além de aparecerem o tempo inteiro, seus corpos são os maiores destaques, sobretudo pernas, seios e bumbum. Por qualquer notícia (além é claro dos ensaios), lá estão mais fotos das mulheres, sempre sensuais, jovens, provocantes, sedutoras.

Com relação às partes específicas da revista, como as indicações sobre música e literatura, uma observação é necessária de apontar: no processo de investigação, as mulheres escritoras que apareciam como referência na revista foram poucas e dispersas, se comparadas com as referências aos livros dos escritores.³³ Na edição 308 (Agosto/2005) o livro *A História de O*, de Pauline Reage, aparece como um destaque, especialmente pelo tema que o livro aborda, sobre uma mulher que, apaixonada, submete-se a todas as fantasias do seu homem. A referência a este livro inclui não somente um comentário rápido, mas uma grande passagem do próprio livro³⁴.

A seção literária na *Sexy* foi ganhando ao longo do ano, um maior espaço e as críticas apresentaram-se bem elaboradas. Os livros mais comentados e as fotos maiores e com mais destaque desta vez foram para os homens. Entretanto, enquanto referência literária as mulheres apareceram muito pouco se comparadas com os homens escritores. Na edição 309 (Setembro/2005) a revista exibiu uma grande matéria sobre a FLIP (Festa Literária Internacional de Parati)³⁵, onde o jornalista responsável pela matéria conversou e tirou fotos com vários escritores homens, tais como Luís Fernando Veríssimo, Ariano Suassuna, Salman Rushdie (escritor indo-britânico), e Jô Soares, entre outros. Nenhuma referência a alguma escritora mulher, brasileira ou estrangeira apareceu na reportagem.

³³ Na edição 303, apareceram duas referências discretas a respeito de duas escritoras (sem foto), ao lado de três homens, para o que a revista indica como nova literatura: Cecília Gianneti e Tatiana Salem Ley. Na edição 304, o livro "Verdadeiros animais", de Hannah Tinti, uma nota com algum destaque, que apresenta uma foto colorida do rosto da escritora, que é, antes de tudo, considerada 'bonita'

³⁴ Na edição 310, aparece uma nota descritiva simples do livro "Confissões eróticas de uma loura", sob o pseudônimo de Sylvana Sympson. E para finalizar, na edição 311, aparece o livro "Um longo lamento", de Amanda Stein, uma nota discreta, sem foto.

³⁵ Matéria intitulada: "Um maluco na FLIP" (p. 50-55), cujo jornalista chama-se Luiz Felipe Mazzoni.

Com relação à crítica musical, as mulheres, enquanto uma referência digna de pelo menos algum comentário, também não apareceram de maneira tão expressiva quanto os homens. De uma maneira geral, podemos afirmar que as criações artísticas³⁶ envolvendo as mulheres foram menosprezadas pela revista ao longo das doze edições. Na edição 305 (Maio/2005, p.24), uma página inteira é dedicada para Roberta Sá, com o lançamento do seu disco *Brasero*, a beleza da cantora, mostrada na foto discreta em preto e branco, é enfatizada (através do recurso da legenda), mas não são utilizados adjetivos que possuam uma conotação sexual. Nesta análise, diferentemente das notas discretas e comentários ligeiros dos jornalistas, o disco é amplamente comentado e muito elogiado pela crítica da revista. Por fim, é interessante pontuar que na edição 311 (novembro/2005, p.23), existe uma referência com bastante destaque para o trabalho da sambista Juliana Diniz (entretanto, o nome do seu disco não apareceu), os elogios escancarados apareceram em larga escala, pois ela tinha à época, somente dezoito anos, e a sua juventude, aliada à grande beleza, são ressaltados e elogiados.

5.2 “Eu sou normal?”: o aprendizado técnico sobre o sexo

Segundo Weeks (1999) a sexologia enquanto disciplina contribuiu significativamente para a forma como codificamos o corpo e a sexualidade. No caso da *Sexy*, as referências a uma perspectiva medicalizada das práticas sexuais (BOZON, 2004), não é o tipo de abordagem que a revista toma como foco. A sexualidade masculina representada na *Sexy* está desvinculada do discurso médico, pois não apareceu nenhuma matéria que relacionasse direta ou indiretamente, a manutenção da saúde e o vigor sexual³⁷.

³⁶Na edição 301, aparece uma nota sobre o segundo disco de Fernanda Porto, com uma foto pequena e discreta da cantora. Também existe uma referência entre uma parceria entre o rapper Helião e a cantora Negra Li, mas a voz e o trabalho de Helião são mais comentados, ao passo que a beleza de Negra Li é ressaltada nesta análise. Também nesta edição temos a análise da banda paulistana Leela, cuja vocalista é uma mulher. Os comentários do jornalista são discretos, mas tanto no comentário, quanto na legenda da foto, a “voz sexy”, o “tom sexy-provocador” da *front-woman* Bianca Jhordo são ressaltadas.

³⁷A título de curiosidade, a manutenção da saúde com o vigor sexual já é uma preocupação da revista masculina *Mens'Health*. Uma entrevista interessante com o diretor desta publicação pode ser acessada no site <http://tc.batepapo.uol.com.br/convidados/arquivo/frames.jhtm?>

Autoras como Louro (1998), Heilborn (1998, 1999, 2006) e Andréa Fachel Leal & Daniela Riva Knauth (2006) analisam que na construção do gênero masculino, a sexualidade assume uma condição central, especialmente através da importância do conhecimento técnico do ato sexual, assim como existe uma valorização e uma preocupação com o desempenho durante o ato. Esta postura é diferente das trajetórias femininas (onde existe uma preocupação em contextualizar a relação sexual, além da preocupação do ato sexual transformar-se em um vínculo para afetos). O exemplo a seguir demonstra as dicas para um desempenho sexual satisfatório junto à comunidade feminina:

A gente põe na roda! Cuidado: seu desempenho sexual é assunto na rodinha de amigas da sua namorada – Arianne Brogini

Mulheres gostam muito de falar (...) Quando o assunto é a vida sexual, não é diferente. Elas contam tudo umas para as outras. (...) E quanto maior a platéia e o nível de progesterona, mais minúcias são explicitadas. Por que elas escancaram tanto assim a vida particular? A resposta é simples: mulheres são insuportavelmente competitivas. E você, o macho, é mais um assunto em que elas podem se esmerar. (...) Se uma começa entrar em detalhes picantes, as outras seguem atrás como maratonistas infestadas de oxiúros. (...) Nessa busca pela coroa, rapaz, sua vida, suas manias, seu jeito, seu físico, sua alma são escancarados em praça pública. Como é seu cheiro, se seu cabelo é oleoso ou sedoso, como você beija, como sua língua se comporta durante o beijo, na orelha, no pescoço, como você a utiliza para agradar os demais lábios, a anatomia precisa do seu membro (tamanho, espessura, cor, harmonia) e qual é a tendência política da sua cabeça acéfala (esquerda, centro, direita). (...) Essa exposição toda só acaba quando elas se casam. Afinal, nenhuma mulher vai sair por aí fazendo propaganda gratuita do seu macho. Portanto, colega, se você é adepto da vida solteira, veja se faz a coisa direitinho. Entenda: todas as vezes que as amigas da sua pituca o encontrarem, vão inevitavelmente despi-lo com os olhos e imaginá-lo nas mais íntimas situações. Use isso a seu favor e leve a pitomba à loucura. Afinal, o boca-a-boca é a melhor propaganda que há.

Edição 304 – Abril 2005, p.34-35

No caso da reportagem acima, embora a jornalista apresente de alguma forma o prazer feminino, o ensinamento central não é uma postura que privilegie a igualdade de direitos entre homens e mulheres, inclusive em relação ao prazer, mas o foco reside no desempenho satisfatório por parte do homem para que ele possa assumir uma postura de superioridade em relação à parceira e aos seus pares, exibindo a sua performance.

Com relação à *Sexy*, a quantidade de reportagens que referenciavam os desejos e práticas sexuais já é por si só um indício do valor que a sexualidade apresenta para as trajetórias masculinas. Existe também uma valorização muito grande do desempenho sexual, e da qualidade técnica do sexo. Um exemplo deste tipo de preocupação é a 'curiosidade', ou seja, a preocupação com os detalhes do ato sexual, indagados às modelos que fizeram ensaios fotográficos para a publicação³⁸:

E os namorados?
E na hora H, como vocês são: conservadoras ou liberais?
Mesmo se o cara, tipo assim, resolver partir pro lado B?
E nas preliminares, o que não pode faltar?

Edição 301 – Janeiro 2005, p.78-79

O que não pode faltar num homem?
A Bandida algema ou se deixa algemar?
Preliminar, então, é fundamental?
Curte sexo oral?
Tem alguma fantasia?

Edição 302 – Fevereiro 2005, p.78-79

Como é o homem ideal para você?
Enfim, você gosta de caras com boa cabeça e um belo tronco. E quanto ao membro? O tamanho faz diferença?
Você é do tipo que chega chegando?
Você gosta de fazer o tipo criança?

Edição 303 – Março 2005, p.47

Como você se define em termos de relacionamento?
Nessa hora você espera que ele tome a iniciativa?
Você gosta de ouvir umas coisinhas safadinhas?
Gosta da coisa que vai pegando fogo aos poucos ou é mais selvagem?

Edição 305 – Maio 2005, p.79

Você queria seguir a carreira militar. Gosta de um homem de uniforme?

³⁸ Estão exemplificadas neste momento somente as perguntas feitas às modelos. As respostas serão trabalhadas em seção posterior.

Então essa coisa de uniforme te excita...
 Você se considera insaciável?
 Já teve um recorde de orgasmos?
 Você é uma pessoa que se solta?
 Que fantasia você gostaria de realizar?

Edição 309 – Setembro 2005, p.101

Do que você gosta como preliminares?
 Sexo oral para você é fundamental?
 Já aconteceu de algum namorado seu só ter feito sexo oral em você?
 Você é uma pessoa que não tem muitos limites quando está apaixonada?
 Porque tem mulheres que impõem certas limitações, principalmente em relação ao sexo anal...
 Num namoro a dois vale uma coisa a três?

Edição 311 – Novembro 2005, p.47

As perguntas feitas às modelos, conforme também demonstrou Costa (1995), revelam uma preocupação com as minúcias e os detalhes da relação sexual tais como mudança de posições, preliminares, as pessoas envolvidas, entre outros arranjos que no caso da revista, não são temas de foro íntimo e pessoal. A *Sexy* ao longo das doze edições demonstrou uma grande valorização da realização das fantasias sexuais, isto é, o possível leitor da *Sexy* é sempre convidado a realizar suas fantasias, especialmente as relacionadas à traição (ou seja, o escapar do relacionamento estável) e relações sexuais com duas ou mais mulheres ao mesmo tempo.

Segundo Heilborn, (1999, p.43), “na construção do gênero masculino (...) o manejo da atividade sexual por parte dos sujeitos é capital para a constituição de suas identidades de gênero”. Quando estabelecemos relações entre a masculinidade e as práticas sexuais, podemos perceber que o “fazer de tudo” é um ponto importantíssimo nas representações de masculinidade que circulam na *Sexy*. O ‘fazer de tudo’ significa, antes de mais nada, “(...) uma disposição ativa para o sexo e o desejo de exploração de suas múltiplas possibilidades” (idem, p.46). Além das perguntas feitas às modelos na direção dessas múltiplas experimentações, estão também as matérias que abordam e orientam explicitamente para essa intensa experimentação:

Com a ex é mais gostoso: você se separou porque não agüentava o gênio da sua mulher ou namorada, embora ela fosse uma fera na cama... já que não tem mais nada com ela, o negócio é tirar proveito da situação. Cinco homens que fizeram isso contam por que é tão bom ter uma recaída – Lídice-Bá

Ex sabe fazer como você gosta – dizem que ex é igual a lanche do Mac Donald's: você sabe que faz mal, mas sempre dá uma comidinha. Maurício e a ex se encontraram num bar depois de seis anos sem se ver. (...) Maurício é o tipo que gosta de ter poder sobre a mulher quando está transando. Por isso, Caroline é um prato cheio. "Ela sabe fazer, sabe pegar, sabe me envolver e sabe se submeter na cama como poucas. Sem falar que faz o melhor boquete que eu já vi", elogia Maurício. (...)

Ex só quer se divertir –

Ex é ótima para tirar o atraso –

Ex sempre merece uma vingança –

Ex adora se 'despedir'

Edição 307 – Julho 2005, p.80-84

O sexo a três³⁹ e o sexo anal são práticas muito valorizadas pela revista, que por sua vez, está relacionada à valorização descrita por Heilborn (1999) para o 'fazer de tudo', ou o 'liberar tudo'⁴⁰, (expressão correntemente utilizada pelas matérias).

O exercício da sexualidade apresentado pela revista assume diferentes tonalidades em se tratando de homens e mulheres. Aos homens fica reservado um aprendizado técnico do sexo, através de uma constante reiteração da importância das fantasias e os detalhes do ato sexual. Além disso, existe por parte da revista, uma determinada ânsia por saber se as práticas sexuais das modelos podem ser permissivas ou não. De acordo com as respostas das modelos, a prática sexual está ligada a envolvimento, a sentimento, especialmente através das palavras "química", ou ainda "depende", pois está presente a importância da contextualização do encontro sexual (LEAL & KNAUTH, 2006). Para Heilborn (2006, p.46)

³⁹ Sobre sexo a três, essa pergunta aparece nas entrevistas com as modelos Franciela e Cláudia (ambas com ensaios na edição 311), Aline (com ensaio na edição 306), Fernanda (na edição 310), Paola e Graciele (ambas com ensaios na edição 305) e Cleide (edição 308).

⁴⁰ Aqui vale comentar que as múltiplas experimentações sexuais também tem constituído as representações de feminilidades nas revistas para as mulheres. Práticas antes consideradas tabu como sexo anal ou mesmo sexo oral são sugeridas e estimuladas. O viés de gênero nesta questão é que para as mulheres essas práticas são incentivadas na medida em que podem e devem agradar ao parceiro. Para um detalhamento desta questão, ver o trabalho de Valmir da Costa (1995), Márcia Coelho Flausino (2003), Gabriela Boemler Hollenbach (2005).

A socialização que o exercício da sexualidade demanda está intimamente relacionada ao modo como as relações de gênero estão organizadas em um determinado contexto. Homens e mulheres são modelados socialmente de maneiras muito variadas.

A valorização do aspecto técnico do sexo intimamente relacionada com a construção da masculinidade cria uma espécie de diferenciação entre os homens, ou seja, os que sabem aproveitar as oportunidades para os encontros sexuais e os que devem aprender a maximizar oportunidades para que a conquista sexual se efetive, obtendo assim a congratulação do grupo de pares. O exemplo a seguir é bastante significativo deste comentário:

Namoro de Resultados: dicas para você levar sua pituca à loucura no dia dos Namorados – Arianne Brogini

É fato que as preliminares são essenciais para as mulheres. (...) Para você não fazer feio, a SEXY dá dicas de como conduzir esta noite e terminar onde você quer: numa bela cama!

O presente – Flores não são suficientes para impressionar e amolecer, no Dia dos Namorados, esse corpinho que você tanto quer possuir até o final da noite. (...) O que vocês homens, precisam entender é que as mulheres reparam e se importam com o esforço e a dedicação que vocês tiveram para achar a lembrança ideal. Então exercite a memória e, pelo menos uma vez por ano, tente ter a perspicácia de uma mulher. (...)

O jantar – Não a leve direto pra gangorra encapetada. (...) a primeira impressão é a que fica, portanto não queime o cartucho. (...) Nenhuma mulher resiste a um homem galanteador com um toque sacana. (...) Opte por comidinhas leves para que nenhum dos dois sofra de indigestão na dança dos malabaristas eletrocutados (...) Tudo bem tranqüilinho para não estragar sua performance no picadeiro. Aproveite esta etapa para cozinhar o carnão com um pouco de vinho (...)

O abate – Depois de tanta gentileza, tanto romantismo, é quase impossível sua Pituca resistir aos prazeres da carne. (...) Você a convida para tomar mais um vinho, ouvir uma música e crau. (...) Planeje tudo antes para parecer o mais casual possível. Parece loucura, mas dá certo. (...) Conduza-a para o abatedouro de forma natural... comente no carro, quase já perto da luz de néon, que você quer ficar mais à vontade com ela. (...) Escolha uma estação de rádio mais romântica e leve a gata até o ninho. Daí pra frente, garotão, cabe à sua competência. Boa sorte!

Edição 306 – Junho 2005, p.32-33

Uma das recomendações mais reiteradas pela revista para os homens heterossexuais refere-se à importância da conquista sexual ser experimentada sem

grandes envolvimento afetivos. Mesmo com as sugestões românticas sobre ambientação e demais gentilezas para com a parceira (afinal, tais deferências devem ser bem calculadas para um resultado ótimo, a saber, o encontro sexual, que deve “terminar a noite em uma bela cama”). O romantismo, portanto, só é justificado se resultar, como congratulação do esforço masculino, na tão esperada ‘noitada’ de prazer. Portanto, o leitor da *Sexy* é convidado a ser uma espécie de ‘predador’ sexual (a expressão “*crau*”, muito utilizada na revista, é um forte indicativo). A audácia masculina para a conquista e sedução, ou seja, para o “abate”, são elementos fundamentais nesse processo.

É possível afirmar que está associada à representação de masculinidade um caráter bastante hedonista: tudo precisa ter/ser uma grande fonte de prazer, sempre. Dentre os prazeres mais exaltados, certamente o prazer sexual encontra uma maior importância através do estímulo à vivência plena dos desejos e fantasias sexuais (sem, contudo, significar um apreço às relações com parceiras mais estáveis) e através da admiração dos corpos femininos expostos nos ensaios.

Como nem sempre o prazer de ter rotineiramente relações sexuais satisfatórias, ou dificuldades no relacionamento com as mulheres, entre outras dificuldades de preencher determinadas capacidades socialmente atribuídas aos homens (HEILBORN, 1998), a revista disponibiliza, na seção *Coisa de Mulher*, uma parte em que a jornalista responde aos questionamentos masculinos. Vejamos alguns dos exemplos mais significativos:

Gostaria de experimentar sexo anal com minha namorada, mas não sei como convencê-la. Alguma dica?

Bibu, mulher só abre a porta traseira quando está a fim de tentar ou quando já tentou e gostou. Proponha a entrada na contramão deixando claro que se trata de uma experiência, que só continuarão se os dois estiverem curtindo e que terá muito, muito gelzinho para pneu nenhum danificar a guia. E é só. Talvez ela não tope de prima, então você terá de trabalhar a lábia durante um tempo. Boa Sorte!

Edição 303 – Março 2005, p.33

As mulheres na revista ocuparam uma posição de sujeito há muito problematizada pelas feministas: o espaço do cuidado, do acolhimento e da orientação.

Segundo Knauth (1998, p.186), “a existência das mulheres tanto no plano material como no social está ligada à assistência masculina”. Além disso, cabe/coube às mulheres não somente um cuidado (sobretudo com relação ao adoecimento masculino), mas também uma orientação para a vida sexual (no caso da Sexy) e também para o relacionamento com as mulheres e com os outros homens.

Quase todas as dúvidas masculinas ao longo das doze edições analisadas versaram a respeito das práticas e experimentações sexuais. Isso é um indicativo que desconstrói o argumento de uma “essência” sexual masculina. Se de fato, já nascemos com impulsos sexuais e dispostos a saciá-los, por que orientações tão minuciosas e por que perguntar sobre o sexo? Nas respostas, por que atitudes que mais vigiam e normalizam comportamentos do que exatamente esclarecem? Uma das dúvidas mais atendidas ao longo das doze edições certamente é a negociação que o homem precisa fazer com a parceira (no exemplo acima, o sexo anal), e como ele pode fazer essa negociação sem grandes intempéries femininas. Vejamos os demais exemplos:

Minha mulher reclama que eu não tenho imaginação. Mas sou bem criativo nas posições. O que ela quer dizer com isso?

Acrobata, mulher se liga muito mais no ambiente do que em transar de ponta-cabeça com as pernas enganchadas nas orelhas. A chave é surpreender. Varie os lugares, proponha transas proibidas em lugares públicos, suítes divertidas de motel, espaços diferentes da casa ou até mesmo no quarto com umas velas, cheirinhos, frutas, chantilly... Isso funciona, pode crer!

Edição 303 – Março 2005, p.33

Acho que minha mulher só sente prazer quando transamos em locais públicos. Fazíamos isso de vez em quando, mas agora virou regra. Quase fomos flagrados pela polícia numa praça. Como convencê-la a voltar para o arroz-com-feijão?

Adorado Guia Turístico, todo arroz-com-feijão merece uma mistura, nem que seja uma simples farinha. Claro que quem experimentou as delícias da mudança de cenário e a excitação do proibido não vai querer voltar para um The Mamas and the Papas. Sua missão agora é transformar um ambiente “família” – sim, porque até motel deve parecer sacro aos seus olhos – em um playground pecaminoso. Velas, flores, apetrechos não tão ortodoxos, tudo vale. Além do contexto, você tem de caprichar na dança do eletrocutado maluco. Varie abordagens, trabalhe bem as preliminares, posições, carícias... Se mora sozinho, aproveite para surpreendê-la e mostre novas utilidades para a máquina de lavar roupa, o tanque, a pia, o fogão, a mesa, a parede, o tapete. Enfim, caro, abuse da imaginação. O céu é o limite.

Edição 301 – Janeiro 2005, p.35

É verdade que as mulheres sempre preferem os bem-dotados? Existe algum modo de aumentar o tamanho do pênis sem cirurgia? Será que é preciso ter dinheiro para conquistar as mulheres?

Pequenino, saiba que o tamanho não importa. Essa coisa de ficar medindo o bingulim é muito masculina. A mulher quer saber de bom desempenho. Mas, se seu amigo é muito fininho ou minúsculo, nem tudo está perdido. Segundo o cirurgião vascular Dr. Roberto Tullii, 'o uso adequado da bomba de sucção ou do extensor peniano durante muito tempo poderá proporcionar aumento da circunferência ou do tamanho'. Quanto à sua terceira pergunta, titico, tudo depende da mulher que você quer conquistar. Não há quem não goste das coisas boas da vida. O problema é quando a mulher só se interessa pelo que você pode comprar. Por mais chavão que pareça, a verdade é que uma mulher realmente apaixonada liga mais para você do que para todo o resto. Mas não se engane! Mulher que é mulher não suporta homem encostado! Se você não tem tudo isso, mostre pelo menos que tem ambição e vontade suficientes para tentar conquistar.

Edição 311 – Novembro 2005, p.31

Se existe a valorização da sexualidade nas representações de masculinidade, isso não é feito sem negociação do sujeito consigo mesmo e com as expectativas sociais que circulam em seu entorno. Os exemplos acima demonstram as multiplicidades de expectativas masculinas, como por exemplo, o rapaz que quer o sexo “arroz-com-feijão”, uma idéia que é rejeitada pela jornalista.

De uma maneira geral, todas as dúvidas masculinas foram respondidas através do recurso da ironia, a começar pelos apelidos dados aos leitores pela jornalista (“bibu”; “acrobata”; “adorado guia turístico”; “pequenino”). Existem determinadas reiteraões dos comportamentos esperados para o gênero masculino nas respostas oferecidas pela jornalista. A questão do tamanho do pênis, mesmo a jornalista afirmando que essa é uma preocupação masculina sem fundamentos, é reiterada através de apelidos como “pequenino” e “titico”. A jornalista é dúbia em sua resposta: ou a questão realmente é relevante, ou não é, portanto, sem necessidade de apelidos que revelam um tom de chacota ao pênis pequeno.

Ao leitor que gostaria de uma vida sexual mais comum, sem grandes arroubos em lugares públicos, a jornalista não estimula exatamente o leitor a fazer o que ele quer, mas sim a dar continuidade à vazão de fantasias, à exploração de novos lugares para o sexo dentro da própria casa, enfim. Note-se que o sujeito pode ter simplesmente

a fantasia de transar em uma cama e na posição papai-e-mamãe, coisa rejeitada pela jornalista (“todo arroz-com-feijão merece uma mistura”). Para o exercício da masculinidade, determinadas fantasias são estimuladas, reiteradas, enquanto outras são rejeitadas. É o caso das múltiplas fantasias sexuais descritas pelo leitor do exemplo abaixo:

Meu nome é Fábio, tenho 34 anos e sou casado há seis. Vou tentar ser breve. Sou tarado por mulher grande. Mas também curto muito travestis e já transei com alguns. Gosto de ficar em chats com garotas, mulheres casadas e até arrumei amantes virtuais. Teclar também com garotos homossexuais e fantasio muito, sendo eles passivos. Paralelamente a tudo isso, costumo baixar fotos de mulheres nuas, de biquíni, short... A verdade é que a relação com minha esposa é muito papai-e-mamãe. Gostaria de fazer com ela tudo o que fantasio online, porém algo sempre trava. Só para complementar: já tive vontade até de trabalhar em filmes pornôs e de me casar com um travesti. Penso que tudo isso pode ser prejudicial a mim e ao meu casamento. O que devo fazer?

Sex Machine do meu coração, fico feliz que tenha poupado pelo menos os seres quadrúpedes, porque os humanos, pelo jeito, fez sombra você passa o rodo, não é não? A verdade é que alguma variante está muito errada nessa equação: a sua mulher. Você tem todo o direito do mundo de gozar a vida com quem quiser, desde que agasalhe bem o filhinho da galinha e o(a) parceiro(a) tope. Se tem vontade de abraçar por trás a gazela que há no seu íntimo, ninguém tem nada com isso, teoricamente. Na prática, você firmou um acordo com outra pessoa a partir do momento em que decidiu se casar. E, por mais que o moçoilo tenha compulsão por orifícios, há uma pessoa que divide a vida com você e que merece, pelo menos, saber que você está infeliz com sua vida sexual. Fora isso, acho que você deve tratar sua compulsão priápica com algum especialista. Não é vergonha nenhuma pedir arrego a uma muleta temporária, nem mesmo para um tripé como usted, muchacho!

Edição 309 – Setembro 2005, p.33

Venho mostrando o quanto a revista valoriza a experimentação múltipla dos prazeres e dos desejos sexuais masculinos. Entretanto, esta última dúvida do leitor nos indica mais um ensinamento: não é qualquer fantasia que a revista estimula. São fantasias exclusivamente heterossexuais, diferentemente das expostas pelo leitor. Apesar do tom irônico costumeiro, a jornalista não congratula o leitor pela vazão dos seus desejos (denominados de “compulsão priápica”), muito pelo contrário: sugere que ele sofra de uma compulsão sexual que precisa de algum especialista, isto é, o leitor precisa de ajuda (“não é vergonha nenhuma pedir arrego a uma muleta temporária”).

Os desejos do leitor acima precisam de alguma correção, certamente por fantasiar relações sexuais com travestis e jovens homossexuais. Um ponto importante na recomendação da jornalista é para o leitor “agasalhar o filhinho da galinha”, ou seja, usar camisinha, recomendação que praticamente não apareceu nas reportagens ao longo das doze edições aqui analisadas. É significativo notar que somente quando um leitor admite ter relações não-heterossexuais aí sim a recomendação para o sexo seguro⁴¹ passe a funcionar.

O mesmo pode ser afirmado com relação à traição. Como será trabalhado na seção seguinte, a revista aborda muito o tema da traição masculina, (já de antemão podemos afirmar que, os olhos da revista, a traição é muito mais sedutora do que a rotina de um relacionamento estável). Ainda no caso deste leitor, que afirma trair sua esposa, a postura da jornalista segue na direção contrária aos vários estímulos a uma ‘boa pulada de cerca’: ela chama a atenção para a importância do acordo que o leitor firmou casando-se, um conselho bastante contraditório, quando, num período de doze meses, a revista se refira à traição masculina pelo menos em três edições do ano.

Como um último exemplo, temos o leitor que nunca beijou na boca:

Vou ser direto, porque sei que muita gente deve pedir a sua ajuda. Meu nome é Arthur e nunca beijei na boca... Eu sou normal?

Querido Iracemo, virgem dos lábios de mel, você não é anormal. Não, não. Mas, querido, faça um esforço e bote essa lingüeta pra funcionar. Tudo bem, a oportunidade não deve ter surgido, entendo. Mas acho que quem sabe faz a hora (ah nãããooo! Você me fez citar o Geraldo Vandré. Nãããããoooooooo!). Ufa! O encosto saiu! Bom, menino, voltando ao assunto: saia dessa casca! Enfie os pés na jaca e não tenha medo de tentar. Beijar é uma delícia. Muito, muito bom! Ai, ai... Depois da primeira vez, bonito, você vai querer muito mais. E lembre-se: ao sul da linha do Equador, fofo, não existe pecado (ai, nãããooo! Você me fez citar o Chico Buarque. Nããããooooo! Vou perder o empregooooo!).

Edição 308 – Agosto 2005, p.41

⁴¹Outro ponto que chama atenção é não ter aparecido, em nenhuma vez, recomendações nas matérias sobre o cuidado com as doenças sexualmente transmissíveis, já que o sexo fortuito é uma coisa amplamente valorizada pela revista. Nesse sentido, é possível afirmar que a Sexy presta um desserviço no campo do sexo seguro.

Segundo Leal & Knauth (2006, p. 1377), a iniciação sexual masculina é um momento de aquisição de determinados conhecimentos que são cruciais para a construção do gênero masculino. A relação sexual, além de um aprendizado técnico do sexo, é também um momento importante na “instauração do ser homem”. Certamente é por isso que o jovem acima pergunta se ele é normal, pois não possui nenhum conhecimento a respeito das technicalidades do ato sexual, inclusive um simples beijo na boca. Mais do que uma simples curiosidade, o leitor questiona sua própria capacidade para o desempenho sexual e o ser homem. Conforme Heilborn (1999, p.16) “para os homens, as correlações entre atividade sexual e gênero masculino são particularmente proeminentes na construção da imagem de si, a despeito da classe social a que pertencem”.

Por mais arbitrárias que sejam determinadas matérias (como algumas chamam os homens de “mané”), quanto mais dicas (o famoso ‘passo-a-passo’) melhor. Fica evidente, portanto, que os homens não alcançam determinadas expectativas atribuídas socialmente para a masculinidade. Ciente disso, a revista procura de maneira sistemática, compor um roteiro, ainda que de forma divertida e extremamente irônica, que estabelece uma relação pedagógica com o leitor. A revista está lá nas bancas, todos os meses, para ensinar, dar dicas, garantir, sublinhar, chamar a atenção, xingar se for preciso, corrigir, oferecer garantias de que o roteiro proposto pode ser, de fato cumprido. E que nem é tão difícil assim quanto possa parecer.

Ainda com relação à importância do desempenho sexual na construção da masculinidade, as performances sexuais recomendadas pela revista não estão relacionadas à manutenção da saúde através de exercícios físicos e uma alimentação saudável. A revista corrobora, de certa forma, a idéia de que um homem comum não deve se preocupar com os discursos excessivos e as recomendações incansáveis dos especialistas da área da saúde a respeito da eliminação do cigarro, da moderação quanto a bebidas alcoólicas e as comidas gordurosas. Segundo as recomendações médicas, especialmente com relação ao desempenho sexual, o fumo, o álcool e a má alimentação são grandes vilãs da impotência sexual.

Decidir qual a linha de consumo seguir ou sugerir para seus leitores nos dá pistas das prescrições que a *Sexy* elege para compor o que importa para a

masculinidade, quais sejam: o homem deve ter cuidado com a aparência, mas nem tanto, saúde não é um tema-alvo de muita preocupação, as roupas são despojadas e sem modelos homens para expô-las, ou seja, homem que é homem não deve ter grandes atenções com as regras da moda, muito menos se preocupar com uma alimentação saudável (ingerindo suquinhos, saladinhas, por exemplo), ao invés de alta gastronomia (as preferências consideradas requintadas), a “baixa gastronomia” (comidas de botecos) são as que ganharam um maior destaque.

5.3. “Discutindo a relação”: Os homens nos relacionamentos afetivo-sexuais

Ao longo das doze edições, um ponto importante para destacar é o fato de que um relacionamento que se pretende mais estável, através do casamento, por exemplo, é visto pela revista como uma coisa enfadonha, incômoda, em contraposição à conquista sexual constante (a sedução, o ‘abate’), ao sexo fortuito, sem compromissos. A revista apresenta, portanto, um sistemático desprezo pela vida a dois, ressaltando a monotonia da vida doméstica, o tédio das relações estáveis, dando dicas de como se livrar da parceira, ou como fazer para trair a parceira de forma competente, sem deixar vestígios.

O casamento (com cerimônia e tudo) apareceu na matéria “*Vai se enforcar?*” onde, entre uma dica e outra, sugere que, se o noivo quiser desistir da união (ou seja, recuperar a lucidez), pode inclusive fazer uma cirurgia plástica e sumir do mapa. Vamos aos exemplos:

Até que a morte os separe (ou algo assim...). A SEXY apresenta o manual definitivo sobre o mais assustador momento na vida de um solteirão: o casamento – Arianne Brogini

O.k., num momento de euforia (pressão? Insanidade? Vodú?) você resolveu parar de enrolar sua namorada e a chamou para juntar os trapos no velho estilo: com véu, grinalda, padre, padrinhos (...) Como bons amigos, só podemos lamentar sua decisão e ajudar no que for possível. Por isso, elaboramos um guia completo para orientá-lo nesse momento difícil. (...)

Como comprar a aliança certa (dicas para não errar na escolha da algema anular) – (...) presentear a ‘vítima’ com um solitário, uma aliança ou uma meia-aliança de brilhantes (...)

Como planejar a despedida de solteiro (capriche no melhor da festa) – Já que você tomou a corajosa decisão de amarrar o burro, nada mais justo do que se despedir dessa vida livre, leve e solta, regada a orgias e mulheres a rodo, em grande estilo. A melhor, mais rápida e menos trabalhosa opção é escolher uma casa bacana de entretenimento masculino.

Como fugir na última hora (desistiu da loucura? Eis o caminho para você sumir do mapa) – Bateu um arrependimento visceral no grande dia? Não tem problema. (...) A melhor opção é picar a mula. Para isso, o destino deve ser um país em que o visto não seja tão trabalhoso de tirar. (...) Se precisar de uma transformação total, para manter-se vivo caso o pai da noiva use uma peixeira na bainha, é preciso uma operação plástica (...)

Edição 303 – Março 2005, p.78-81

Um ponto importante a se falar sobre essa representação da masculinidade exposta na *Sexy* é o caráter enfadonho que as mulheres comuns, parceiras de relacionamentos estáveis assumem na revista. Existe sempre um tom de reclamação e chacota com relação à rotina amorosa, pois uma relação mais séria exige a temida e mitificada “discussão da relação”, a negociação sexual, o marasmo e a rotina na cama, as manhas e manias femininas, a famigerada e temida TPM, coisas que são interpretadas pela revista com muita impaciência.

Perigo Vermelho: entenda o que é TPM (tensão pré-menstrual) e aprenda como dar o chapéu na chatonilda – Roberta Cardoso

Ela come feito um operário, incha, sente dores, tem crises histéricas e você não pode reclamar. Caso ouse, prepare-se para o pior. (...) Se você escolheu passar sua vida copulando com o sexo oposto (caso contrário, estaria lendo outra revista), está num mato abarrotado de ‘cachorras’. (...) precisará de muita, muita paciência, carinho, fone de ouvido e simulação de diarréias homéricas para passar a semana crítica enfurnado no banheiro lendo rótulo de xampu. Acredite, você estará bem mais seguro por lá! (...) A *SEXY* preparou 11 dicas de como sobreviver e passar ileso por esse tornado histórico. Confira:

1. Uma série de feitos físicos e psicológicos acometem as mulheres – e, por tabela, os homens – durante a TPM. (...) Por mais irresistível que seja, esmurrá-la não é a solução. Banque o atencioso e tenha sempre por perto: chá de erva cidreira para os sintomas de irritabilidade, analgésicos para a dor, diuréticos para diminuir o ‘panceps’ distendido da moça.
4. Tire uma onda de preocupado. Sugira que ela faça acupuntura, que tem bom efeito analgésico e diminui a retenção hídrica. Enquanto a gata estiver cravejada de agulhas, você poderá jogar videogame em paz.

7. Afaste suas mãos dos peitos da moça. Ela até pode gostar de ser buzinada, mas, durante a TPM, acontece a mastalgia (dor nos seios), e brincar de bibi-fonfon não é uma boa.

9. Nunca, mas nunca mesmo, tente persuadi-la a abrir a porta traseira durante a TPM. É pedir para ser escorraçado.

11. Se você não suporta viver como refém da maldita TPM, ainda há salvação! Uma boa alternativa é passar o rodo numa mulher de mais de 48 anos. Ela provavelmente estará na menopausa, fase em que a mulher pára de menstruar. Ela não terá mais TPM, mas sentirá calores e perderá a libido. Quem disse que a vida é fácil?

Edição 308 – Agosto 2005, p.40-41

Conforme exemplificado acima, “tire uma onda de preocupado”, indica como o ‘cuidar do outro’ não é uma característica associada à masculinidade. Além das possíveis crises históricas da parceira, o homem ainda terá que se ocupar em cuidá-la, se preocupando com a alimentação e o bem estar físico de sua companheira, entre outras medidas.

Por outro lado, a revista investe muito em reforçar determinadas características que seriam “estritamente” femininas e masculinas, como se tais universos não fossem muito mais complexos na experiência social dos sujeitos (BELLO, 2006). De fato, a histeria feminina durante a TPM demarca a crença antiga dos humores e mistérios femininos, elemento que os homens precisam entender e suportar. Para Heilborn (1999, p.53),

Diferenças tão profundas entre homens e mulheres atestam que um código de gênero estabelece fronteiras demarcadas entre a conduta aceitável para cada categoria de sujeitos. Modos de significação e contabilidade das práticas sexuais se apresentam como demarcadores de universos distintos para homens e mulheres.

Um relacionamento estável pouco satisfatório não é abordado com sugestões para melhorá-lo. A revista sempre marca e reforça os percalços que um relacionamento estável oferece: como lidar com a TPM da namorada (que na *Sexy* é chamada de “*chatonilda*”), como agüentar os filmes de mulherzinha da “*dona encrenca*”. Ao se unir a uma parceira, o homem corre o sério risco de perder sua identidade, deixando de fazer

o que tanto gosta. Para isso, na mesma matéria sobre casamento, um quadro com conselhos para a sobrevivência do homem vem destaque:

Dicas SEXY de sobrevivência ao casamento: conselhos imprescindíveis para garantir sua felicidade antes e depois da cerimônia – Arianne Brogini

1. NUNCA jogue fora sua lista de telefones. Não se sabe o que o futuro reserva, e talvez você precise reencontrar a Marininha, a Aninha, a Carol... alugue um cofre e guarde lá. (...)
4. Preste atenção na sua sogra. Em 20 anos, sua noiva será como ela. Tenha medo. Tenha muito medo.
5. Peça duas televisões de presente. Só assim você poderá assistir aos campeonatos sem encheção de saco.
6. Nunca abaixe a tampa da privada. Se abaixar, assinará sua sentença de pau mandado para o resto de sua vida a dois.
7. Assuma a responsabilidade da compra do mês. Para garantir torresmo, tremoço, parmesão e escapar das tralhas lights que vão te acompanhar pelo casamento inteiro.
8. Na TPM da sua mulher, não diga nada e tente se mesclar à parede. Só assim você sobreviverá ao tsunami.
9. Não abandone todos os seus vícios de solteiro. Continue jogando videogame, lendo gibis e vá bater aquela bolinha com os amigos. Isso ajuda a manter a sanidade.
10. Tenha sempre um 'caixa 2' para comprar coisas essenciais, como a SEXY. Isso vai ajudar muito depois do primeiro ano.

Edição 303 – Março 2005, p.80

Se o relacionamento está chato, sem graça, se o sujeito quer outras possibilidades sexuais basta seguir as matérias sobre traição, que ensinam a como dar as desculpas certas para a parceira, ou ainda, como convencê-la a experimentar uma transa a três, ou mesmo a troca de casais em uma casa de *swing*. O exemplo abaixo explicita o aprendizado de como trair⁴²:

Como trair sem se trair: guia prático para pular a cerca – Arianne Brogini

Deixemos bem claro: esta coluna não endossa fornicção extraconjugal, não! Mas, se você já se decidiu por viver um pecado gostoso, pelo menos aprenda a fazer bem-feito

⁴² O tema da traição tem sido recorrente em matérias de jornal, programas de TV e inclusive tem sido também explorado comercialmente como uma espécie de "literatura de auto-ajuda". Alguns lançamentos recentes são o *"Manual do homem infiel: táticas para que sua parceira nunca descubra nada"* (Editora Best Seller, 2005), de Victor Caballero Alvarez e o romance de Sarah Duncan, intitulado *"Adultério para iniciantes"* (Record, 2007)

para não levantar suspeitas. (...) 15 dicas de como pular o muro sem se esborrachar. Leia e não vacile mais

- 1) O perigo pode estar atrás de você: ao sair de casa para algum encontro paralelo, sempre se certifique de que não estão te seguindo.
- 2) Seja um sujeito desapegado: nunca, mas nunca mesmo, guarde cartões ou pedaços de papel com números de telefone (...).
- 3) O nome dela é Waldemar: marque o nome da sua amada estepe na agenda do celular com um nome masculino, para não levantar suspeitas.
- 4) Isso para mim é perfume: se sua 'parceira do crime' usa perfume forte, tome um bom banho antes de ir para casa (...)
- 5) Impressão digital: não bobeie nos detalhes: verifique, assim que acabar o encontro, se há marcas de batom na sua roupa (...)
- 6) Na moita: para um encontro com a 'caixa 2", escolha lugares distantes, onde você não cruzará com alguém conhecido.
- 7) Heartbreak "Motel": nunca combine um motel com sua mariposa encantada. Se você for pego, não terá como explicar.
- 8) Amigo é coisa pra se guardar: uma boa solução para marcar o rendez-vous é um ambiente neutro, como um apartamento alugado. Melhor ainda que o encontro seja na casa de um amigo, pois assim não levanta nenhuma suspeita.
- 9) Um livro aberto: se quiser sair do confinamento, leve a paralela ao cinema, teatro, restaurantes discretos ou shoppings (...)
- 10) Os deuses ajudam aqueles que cedo madrugam: evite encontros noturnos. Para sair de casa à noite, você terá de inventar desculpas cada vez mais esfarrapadas. O melhor período para um encontro é na parte da manhã.
- 11) Afogue a Candinha que existe em você: evite comentar sobre seu caso com amigos que tenham namoradas ou amigas próximas da sua patroa (...)
- 12) Segue o tchan: em dia de encontro lascivo, tente não demonstrar sua ansiedade. Se estiver num compromisso com a oficial, não fique com os olhos grudados no relógio nem faça qualquer movimento que entregue que você tem algo marcado para depois.
- 13) Contatos imediatos: não fale com a dama estepe num telefone dentro da sua casa (...)
- 14) Dinheiro na mão é vendaval: sempre que quiser presentear a moçoila, não use cartão de crédito ou cheque (...)
- 15) Esconde-esconde: nunca deixe o presente da outra no carro e nunca peça para sua secretária comprar. Faça você mesmo, para não deixar testemunhas.

Edição 303 – Março 2005, p.32-33

As referências a uma união estável estão sempre caracterizadas na revista como perigosas e como uma ameaça aos homens, na medida em que as mulheres poderão dominar a relação através de suas artimanhas, passando a controlá-los. Portanto, é uma relação muito importuna e indesejada para este tipo de masculinidade heterossexual.

A traição, por sua vez, possui elementos muito mais sedutores, pois existe a possibilidade da conquista sexual, da escolha da amante, do prazer do sexo fortuito e sem compromissos. No exemplo abaixo, através da descrição dos tipos de amante, o sujeito aprende até mesmo a escolher o tipo de 'amante ideal':

“Tô comendo seu marido”: ela é o terror da mulher casada e o sonho do homem entediado. Mas quem pensa que amante é tudo igual está enganado. A ‘outra’ pode variar de romanticamente conformada a perigosamente vingativa. Aprenda com a SEXY como escolher a sua... – **Manuela Aquino**

A traumatizada – (...) Já passou por um namoro fixo ou ficou casada por um bom tempo e se arrependeu da vida na clausura. (...) Ela optou por uma vida mais solta, e ser amante foi sua escolha. (...) Eis o tipo de amante que dificilmente vai tirar seu sono, pois geralmente tem o pé no chão e sabe no que está se metendo.

A ninfomaniaca – (...) Nada de conversas profundas ou discussão do relacionamento. O importante são as roupas, acessórios de sex shop e a cama. (...) “Flávia é a amante com que todo homem sonha: gosta de ser a ‘outra’ e é apaixonada por sexo”.

A vingativa – O sentimento de dar o troco pode ser normal para a terceira ponta de um triângulo amoroso. O cara nunca escondeu dela que era casado; ela embarcou nessa, gostou da brincadeira e agora quer vingança contra aquela que, teoricamente, o segura no casamento. Mas não se assuste. Mesmo diante desse quadro negro, você é o santo (...).

A esperançosa – Ela gosta de ser amante, diz que está contente com o relacionamento cheio de privações, pois, afinal, o cara a faz feliz. Sua esperança, entretanto, é que um dia ele deixe tudo para assumi-la. (...) O caso tende a durar, já que se trata de uma mulher apaixonada. Mas há o risco de ela se tornar obsessiva e ir atrás da família do amante para acabar com tudo.

A assumida – Vestir a camisa do Amantes Futebol Clube e entrar em campo com toda a garra atrás de caras comprometidos. Driblar namoradas e esposas em busca do gol. Essa é a tática de jogo das titulares deste time. Elas são o sonho de todo homem que está amarrado e quer dar umas voltinhas por aí para variar o cardápio. As amantes assumidas sempre têm caso com homens comprometidos e não curtem solteiros. O lance é ser amante. (...) Encontrar uma delas é o ideal para o homem que está começando a vida de traidor, pois, além de ter mais experiência no assunto, elas gostam mesmo é de jogar na segunda divisão.

A submissa – Enquanto reprimida é aquela amante que está nessa situação por pura falta de auto-estima, a submissa é o tipo que gosta mesmo de homens casados, pois acha que não vai conseguir coisa melhor. E, como vive com medo de que ele a largue, aceita todo tipo de submissão. Não tem vida própria: sua rotina é feita com base nos possíveis encontros com o amado. (...) A submissa é a isca perfeita para quem tem coragem de dar uns trancos numa mulher e sabe que vai funcionar: cada vez mais a moça vai se submeter às suas vontades.

Edição 312 – Dezembro 2005, p.86-89

Dessa maneira, a experiência sexual, o maior valor para a masculinidade na revista, está relacionada ao homem conquistar, preparar o terreno, “faturar”, “se dar bem”, mas controlar a situação: é necessário, sempre explicar à “pituca” (termo correntemente usado na revista para designar o gênero feminino) que o homem quer somente um lance, e nada mais. É necessário ter o controle da situação para que a parceira sexual não vire uma parceira definitiva. O exemplo abaixo mostra a necessidade deste tipo de controle:

Como evitar a ressaca pós-férias coletivas – Arianne Brogini

Só tem um jeito de você não correr o risco de ela colar na sua: sinceridade. ‘Deixe claro desde o início que você está a fim de curtir, que foi um encontro casual, o que não é necessariamente sinônimo de compromisso. Bata na tecla de que vocês são adultos e que esse tipo de relação é natural no mundo adulto. É sempre bom cultivar o bom humor e o espírito esportivo. E não deixar que isso influencie a relação profissional’, completa Fátima. Não adianta fugir nem disfarçar: se você não for categórico, ela pode fantasiar um relacionamento sério futuro, e, se não rolar, vai jogar toda a frustração em você. Mas, como o mundo muitas vezes pode ser justo e sorrir pra você, talvez você cruze com uma garota que, como você, está a fim de um momento de ‘funky fuckers’ feliz e nada mais.

Edição 312 – Dezembro 2005, p.33

Segundo Heilborn (1998, p.53)

A iniciativa de buscar uma mulher que os pares considerem adequada, ultrapassar as barreiras de aproximação com o sexo oposto através do jogo de sedução, manter a posição masculina de (relativa) superioridade sobre a parceira e, finalmente, poder contar ou mostrar para a rede de amigos que essa etapa foi cumprida.

De uma maneira geral, o roteiro para a masculinidade que a *Sexy* propõe aos seus leitores segue a maioria (senão todos) os passos acima descritos. Essa “rede de amigos” pode ser analisada através do tom de íntima proximidade com que as matérias e os repórteres mantêm com seus leitores. Existe uma abordagem direta ao leitor, chamamentos e orientações que são explícitos, em frases como: “*mas essa reação positiva só depende de você*”. O tom das matérias é sempre de uma conversa muito franca e aberta com o leitor.

A conquista sexual coloca como questão importante a capacidade de avaliar o que o gênero feminino quer e espera dos homens, com especial atenção ao desempenho sexual masculino. É possível dizer, que os homens querem mulheres que estão sexualmente resolvidas, mulheres que realizam suas fantasias sexuais, que sugerem novas aventuras sexuais aos seus parceiros. Entretanto, essa relação não é igualitária, na medida em que se dá em condições bastante assimétricas: é preciso manter o controle da situação, sempre. Quando o indivíduo perde o controle, digamos assim, da relação, ele pode, por exemplo, cair nas garras da mulher, através do casamento, de uma relação estável, coisa muitas vezes explicitamente condenada (através da ironia) pela revista.

Pode-se perceber, a partir do quadro acima, o quanto a revista valoriza o encontro sexual em si, mais especificamente a performance masculina (e em certa medida, a feminina também, desde que atrelada aos desejos e expectativas do homem). Dessa forma, como afirmei anteriormente, ser capaz de dar prazer à parceira significa confirmar ou reafirmar a autoridade masculina, a capacidade de manter uma situação sob controle, a necessidade de exibir uma determinada performance sexual que confere prestígio diante da parceira (e dos amigos), muito mais do que o entendimento ou a busca pela igualdade de direitos entre homens e mulheres também no campo do prazer. Nas matérias veiculadas pela revista, há variadas indicações para que o indivíduo se coloque como uma figura de autoridade perante a parceira.

Para a construção deste tipo bastante específico de masculinidade, o “estar amarrado” é uma coisa complicada e pouco proveitosa. Por isso, é importante marcar, delinear, orientar os possíveis pontos de fuga para escapar um pouco das agruras de uma relação estável, que parece ser sempre, do ponto de vista da *Sexy*, insatisfatória⁴³.

No entanto, é importante considerar que a revista, ao mencionar estratégias de como burlar a vigilância acirrada das mulheres sobre seus homens (sejam eles namorados ou maridos), não deixa de corroborar, em certa medida, com aquilo que parece tanto desprezar, ou seja, o casamento e a conjugalidade. Se sempre é preciso

⁴³ O sexo fortuito é muito valorizado na *Sexy*, em detrimento de uma relação mais estável, como afirmei anteriormente. Tal fato fica muito evidente ao longo das 12 edições analisadas, pois a única matéria sobre casamento durante todo o ano de 2005 teve o sugestivo título “*Vai se enforcar?*”. Na mesma edição há uma matéria intitulada “*Como trair sem se trair*” (Edição de março, 303).

estabelecer estratégias de escape sem, no entanto, ser pego em flagrante, ao invés de estabelecer com a parceira um casamento aberto, livre de cobranças em relação à fidelidade, ou simplesmente assumir uma vida sem a perspectiva da conjugalidade, é porque, de alguma forma, se tem no casamento um valor social agregado, sinal de maturidade, de respeitabilidade (ALVES, 2005; FELIPE, 2007). No ensinamento abaixo, a possibilidade de ficar sozinho após a descoberta da traição pela parceira não é nem cogitada:

Como agir diante de um flagra de traição? Traiu e se arrependeu? Foi pego com a boca em outra fonte da juventude que não a da sua parceira? Tudo bem, vamos aliviar a sua desta vez dando dicas de como agir quando enquadrado – Arianne Brogini

O primeiro passo é a negação. Mesmo que seja flagrado dançando de tanga tigrada para outra mulher num motel barato, negue! Negue com toda a convicção. Sinta-se ofendido com a insinuação, aja como se ela estivesse louca. Depois de um tempo sendo bombardeado, você pode até ceder e admitir o erro. A partir daí, passe da negação para a autoflagelação. Nesse estágio, você é um verme, entendeu?! Um verme sujo e fraco que cedeu a uma aventura barata e sem sentido. Sem sentido porque você ama a sua firulita. Por mais embaraçoso que pareça, coloque faixas na casa dela, mande dúzias de rosas ou contrate um trio elétrico para berrar o quanto a ama. Agora é a fase em que você deve dizer de todas as formas, por todas as mídias, o quanto você a ama. Se ela tiver o dom do perdão no coração, vai te receber de volta, com os braços semi-abertos. E aí, depois de um tempo, você já pode trair de novo.

Edição 310 – Outubro 2005, p.33

O ensinamento maior é uma dissimulação masculina que procura reverter qualquer situação ruim em favor próprio, inclusive o de não perder a parceira e se preparar para novas aventuras extraconjugais. Segundo Heilborn (2006, p.48)

O gênero e a assimetria nas relações entre homens e mulheres permanecem sendo organizadores poderosos do modo como se desenrolam a atividade sexual e a capacidade de negociação entre parceiros do que se passa em um intercurso sexual nuançando no plano analítico a transformação profunda que a sexualidade teria presenciado.

Na seção *Coisa de Mulher*, sempre existe ao final, uma lista das coisas que os homens não sabem sobre as mulheres, com uma personalidade seja da música, da

televisão, dos esportes, enfim. Essa figura feminina “fala” por todas as mulheres, o que os homens precisam entender sobre as mulheres. O exemplo abaixo demonstra o argumento:

Pequeno Dicionário Feminino – Arianne Brogini

É verdade, pobre criatura! Nós, mulheres, realmente somos cifradas. Falamos em códigos e ainda exigimos que você os entenda, mesmo sem ter um manual para conseguir interpretá-los. A partir deste mês, Coisa de Mulher vai decifrar para você o significado de frases básicas ditas por nós, as fêmeas. Assim você conseguirá viver em harmonia com este ser tão complicado e adorável que é a mulher.

Fico gorda com esta roupa?

Tradução: “Sei que estou uma porca dos infernos, que já não tenho o corpo que tinha há cinco anos, mas por favor minta e diga que estou bem”.

O que dizer: “Não. Você está bem, como sempre”. Não importa se a sua pituca está tão robusta quanto um panzer. Se você gosta dela, vai mentir. A mulher sempre sabe quando está acima do peso e vai batalhar para perdê-lo. Mas ela precisa ter certeza de que, ainda assim, você gosta dela. Confie na autocrítica da sua mulher e tenha fé em que ela voltará a ter curvas mais acentuadas em breve. Tenha muita fé.

Se você não sabe porque estou brava, não vou ser eu quem vai te contar.

Tradução: “Você me deixou tão puta da vida que agora vou te torturar e azucrinar a sua orelha até a exaustão”.

O que dizer: “Se cometi alguma rata e não percebi, me fale qual foi pra gente poder conversar”. Por mais vontade que você tenha de deixá-la falando sozinha, respire e responda com educação. Ela ficará sem graça e desembuchará logo. Assim você se livra o quanto antes da versão cara-de-popô da tutica.

Edição 304 – Abril de 2005, p.35

Por outro lado, tal tentativa será sempre frustrada, pois existe uma marcação dos universos, dos mundos, bastante taxativa, em vários momentos da revista. Se é preciso, de alguma forma que homens e mulheres se entendam (afinal, a revista é para um público heterossexual, que suporta as “agruras” do outro sexo, e silencia a respeito de outras possíveis parcerias sexuais), é impossível que estes mundos se comuniquem: as mulheres, para a revista, são para um divertimento fortuito, para a conquista sexual e a aprovação dos pares. Do contrário, em uma relação estável, elas assumirão seu ‘verdadeiro’ lado: serão cansativas, as que cobram as que chateiam as que não têm nenhuma graça, etc.

É possível que, para este tipo de publicação, onde o humor e a ironia são receitas de sucesso editorial, uma espécie de “trégua” entre homens e mulheres não seja interessante: as piadas, o humor e o tom irônico acentuam justamente as desavenças entre homens e mulheres, o que um quer do outro, e principalmente, o que um não quer do outro.

A seção *Coisa de Mulher* reportou-se de maneira muito freqüente à própria sexualidade masculina e a construção do gênero masculino, contribuindo significativamente, para a representação do gênero masculino produzida pela revista, ao passo que também assume um lugar que tradicionalmente vem sendo ocupado pelas mulheres: o espaço do cuidado e da orientação. É a jornalista Arianne que, além de orientar (“a cueca derruba”), chamar atenção, também responde às dúvidas dos leitores através de e-mails. A revista “brinca” que ela tem as respostas para os maiores enigmas da humanidade.

Uma das questões mais significativas na análise da revista *Sexy* foi perceber que as prescrições aos leitores foram feitas por jornalistas mulheres. Foram elas que trataram de esclarecer as dúvidas masculinas (neste caso, mais especificamente a jornalista Arianne Brogini, na Seção *Coisa de Mulher*) assim como as outras reportagens sobre sexualidade, todas escritas por mulheres. O quadro abaixo esclarece melhor este apontamento:

Edição 301 – Janeiro 2005

Caia de boca! Escritora lança o guia prático ‘*Segredos de uma lésbica para homens*’ – Arianne Brogini e Edson Aran

Não põe a mãe no meio! De onde vêm as suas taras, fetiches e traumas sexuais? Tudo isso tem a ver, acredite, com sua mãe. Nossa repórter fez um curso para entender por que os homens broxam, chifram, não se comprometem e acham que toda mulher é, no fundo, uma safada. Aprenda aqui as justificativas ‘aprovadas’ por Freud para suas pisadas de bola – Babi Mallman

Edição 303 – Março 2005

Como trair sem se trair: guia prático para pular a cerca – Arianne Brogini

Até que a morte os separe (ou algo assim...) – Arianne Brogini

Edição 304 – Abril 2005

A gente põe na roda! Cuidado: seu desempenho sexual é assunto na rodinha de amigas da sua namorada – Arianne Brogini

Edição 305 – Maio 2005

Melhor de três: tá afim de traçar uma gostosona, mas não quer (ou não consegue) trair sua garota? Nós temos a solução: coloque-as juntas na mesma cama e mate duas

coelhas com uma cajadada só. Pode ser mais fácil do que você imagina. Quatro casais que já participaram de um *Ménage* dão dicas pra você. – Bárbara Semerene

Edição 306 – Junho 2005

Namoro de resultados: dicas para você levar sua pituca à loucura no dia dos namorados – Arianne Brogini

As 30 cenas mais SEXY do cinema – Arianne Brogini

Edição 307 – Julho 2005

Com a ex é mais gostoso: você se separou porque não agüentava mais o gênio da sua mulher ou namorada, embora ela fosse uma fera na cama... Já que não tem mais nada com ela, o negócio é tirar proveito da situação. Cinco homens que fizeram isso contam por que é tão bom ter uma recaída – Lídice-Bá

Edição 308 – Agosto 2005

Perigo Vermelho! Entenda o que é TPM (tensão pré-menstrual) e aprenda como dar o chapéu na chatonilda – Roberta Cardoso

Edição 310 – Outubro 2005

Trair e coçar... Chega de se enganar e enganar os outros. Esta seção põe os pingos nos is e cria o documento definitivo sobre o assunto: o FAQ coisa de mulher sobre traição – Arianne Brogini

Ninguém é de ninguém: transar com a mulher de outro enquanto ele fica com a sua, fazer sexo sendo observado por uma platéia que age como uma torcida. Nossa repórter esteve em uma das casas de swing mais famosas do Brasil e descobriu que ali a coisa vai bem além da simples troca de casais – Lica Fernandes

Seja SEXY você também: 10 passos infalíveis para virar um homem irresistível – Garotas que dizem Ni

Edição 311 – Novembro 2005

Você é capaz de levar uma mulher ao orgasmo? Responda ao teste e descubra a verdade – Arianne Brogini

Edição 312 – Dezembro 2005

Hoje é festa lá na minha firma: garanta um bundalelê gostoso e discreto com nossas dicas para a festa de final de ano – Arianne Brogini

Você quer uma amante? Nós ensinamos como encontrá-la e mantê-la (na maior discrição...) – Manuela Aquino

5.4 “Revista boa tem que ter mulher pelada”: compondo cenários para o desejo sexual masculino

Não é preciso uma análise mais apurada para perceber o quanto as mulheres visibilizadas na revista *Sexy* eram/são jovens, belas, detentoras de corpos considerados

esculturais, dentro do perfil coxas grossas, seios devidamente siliconados e bumbum grande, a exemplo da ex-dançarina do grupo *É o Tchan*, Scheila Carvalho⁴⁴.

Um exame mais atento desse artefato cultural revela uma tendência significativa em relação a 'branquitude' das mulheres que posaram para a *Sexy*: dos 36 ensaios de nu, expostos ao longo das 12 edições, com um total de 37 modelos (o primeiro ensaio, de Janeiro de 2005, trazia duas modelos juntas), 23 delas eram brancas e loiras e 14 eram morenas, de cabelos negros. Nestas últimas, cabe pontuar que se tratavam de morenas de pele clara. As modelos cujo tipo físico se aproximou da tonalidade de pele das índias brasileiras, eram fotografadas em um cenário que remetia a um contato direto com a natureza - árvores, água, pés descalços... Ao longo das 12 edições não houve, portanto, nenhum ensaio de nu com mulheres negras. Elas apareceram somente na seção de música, ainda assim de maneira discreta, em comentários a respeito de sua produção musical e ao mesmo tempo com destaque à beleza, sensualidade e juventude. Um dos poucos destaques para mulheres negras foi dado para a cantora norte-americana *Beyoncé* (edição 306/Junho 2005, p. 12). A foto é um pouco distante da realidade da cantora, ou seja, a foto a "embranquece". Como cantora, seu trabalho é colocado sob uma espécie de desconfiança: "*no universo pop, Beyoncé é uma artista de grandes...hum...atributos*". O destaque maior, segundo a revista, é para o fato de a cantora ser linda, sensual e possuir grandes curvas.

Dessa forma, as mulheres visibilizadas pela revista compõem um importante cenário para as fantasias sexuais masculinas. Segundo Bozon (2004, p.129), um dos argumentos para pensarmos a sexualidade enquanto um construto cultural está nos significados que estabelecemos em torno do sexo e das práticas sexuais.

Parece que nada de sexual poderia acontecer, sequer uma masturbação solitária, se não existissem produções sociais e mentais, assumindo a forma de cenários, em que atos, relações e significados da sexualidade se encontrem inscritos e organizados em histórias.

⁴⁴ Scheila Carvalho é personagem central dentro das representações de masculinidade heterossexual expostas na *Sexy*, e mesmo em outras revistas, como *Playboy* ou *VIP*. Aliás, Scheila nem mesmo participa mais do concurso anual da *VIP* das "100 mais *Sexy* do mundo", pois ela ganhou todas as seleções em que participou.

Para este autor, existe uma espécie de ‘encenação sexual’ através da idéia de cenário, ou seja, para vivenciarmos nossos desejos sexuais, atribuímos sentidos às nossas práticas, estabelecemos ou privilegiamos determinadas situações e não outras, e por aí vai. É por isso que segundo ele, fantasiemos, ou seja, encenamos uma sexualidade que é ‘possível’ (BOZON, 2004, p.130):

Na sexualidade humana, não é possível tudo, a todo momento, com qualquer pessoa, em qualquer circunstância, e os scripts sexuais menos enunciam os interditos do que descrevem os cenários de uma sexualidade possível.

Sobre esse aspecto, podemos citar os comentários da modelo Nana Gouvêa, ao perceber a construção de uma determinada preferência que privilegia mulheres brancas para compor determinados cenários sexuais para os homens:

O público masculino vive pedindo pra você voltar. O que você acha disso?
Nana: Acho que faço bem o meu trabalho, fotografo bem e me sinto à vontade comigo mesma. Tenho um padrão estético que é clássico: meus traços, cabelo e pele cor de ouro, um biótipo que agrada amplamente. É mais fácil admirar uma mulher com minha cor do que uma negra ou oriental
 Você acha que há preconceito?
Nana: Não digo preconceito, mas uma preferência aqui no Ocidente.
 E o retorno dos estrangeiros, é grande?
Nana: Já viajei muito e a receptividade é muito legal. Fui a Portugal, Espanha, Alemanha, México, Argentina, Estados Unidos com escola de samba e também para fotografar... Mas nada a ver com nu, só moda e beleza.
 Com o que eles se impressionam?
Nana: Eu sou uma mistura. Meu rosto é de européia, mas do pescoço pra baixo sou totalmente brasileira: coxas grossas, bundão, peito, cinturinha, jeito de andar, sensualidade. Sou muito brasileira no espírito. Sou uma mistura de índios, negros, italianos e portugueses... Sou uma brasileira.

Edição 308 – Agosto 2005, p.82

A idéia de cenário, ou seja, dos elementos que contam para o exercício do desejo masculino pareceu-me interessante para pensar a Sexy. Isso porque, como abordado anteriormente, se a sexualidade possui uma centralidade nas representações de masculinidade construídas pela revista, certamente são privilegiados aí, para o jogo

sexual e os prazeres masculinos, determinados elementos e outros não, como por exemplo, a branquitude das mulheres. Um dos elementos que certamente aparece para compor os cenários de desejos aceitáveis para os homens (de acordo com a *Sexy*) é sonhar com parceiras que apresentem uma ‘sexualidade transbordante’ (BOZON, 2004), ou seja, mulheres que estão sempre dispostas a realizar suas fantasias sexuais sem grandes ‘travas’, e não somente dispostas, mas que de fato, fazem funcionar seus desejos sexuais.

Um exemplo significativo para a ânsia desse comportamento ‘transbordante’ ou permissivo está nas entrevistas realizadas com as modelos, onde se pergunta tudo a respeito da realização dos seus desejos e suas trajetórias sexuais. A cada ensaio elas são convidadas a narrar suas preferências e peripécias sexuais com o claro objetivo de excitar ainda mais ao leitor⁴⁵. Ao narrarem suas experiências sexuais, as modelos, em geral, responderam às diversas perguntas com bastante desenvoltura. As mulheres apresentadas na revista não somente contaram detalhes íntimos, como se mostraram aparentemente muito “bem resolvidas” com relação ao sexo, sem grandes “travas” ou restrições sexuais. Parece que, na contemporaneidade, ao menos nas culturas ocidentais, é assim que os sujeitos precisam se portar em relação ao sexo (BADINTER, 2002). Por outro lado, narrar suas fantasias, desejos e práticas sexuais tornou-se uma exigência e sinônimo de verdade (FISCHER, 2000). Examinemos alguns exemplos:

E como você é quando quer seduzir?

Marisa: Faço o tipo misteriosa. Sou meio tímida, mas só até certo ponto. Uso isso para atrair.

Isso já aconteceu em casos rapidinhos?

Marisa: Já. Acho que se pode viver uma história de amor mesmo que ela dure um final de semana.

Edição 301 – Janeiro 2005, p.49

E na hora H, como você são: conservadoras ou liberais?

Valéria: Acho que depende da situação. Se eu gostar do cara, vale tudo

Mariana: Também acho.

⁴⁵ A questão das entrevistas “picantes” são uma espécie de marca e tradição da própria *Sexy* (herdeira da então revista *Interview*), cuja marca principal, desde seus primórdios, em 1992, era obter confissões sexuais de celebridades, como tamanho do pênis, posições sexuais, fantasias, etc.

Mesmo se o cara, tipo assim, resolver partir pro lado B?

Mariana: acho que sim, tudo bem.

Valéria: Se eu estiver amando e se a relação for intensa, vai.

Edição 301 – Janeiro 2005, p. 78-79

O que você faz para manter esse corpo perfeito?

Muriel: Sou dançarina. Adoro dança do ventre. Danço todos os dias e dou aula também.

E já te convidaram para uma dança particular?

Muriel: Teve um rapaz que me pediu, mas neguei. Não senti clima. Dança, pra mim, só rola com envolvimento.

Edição 301 – Janeiro 2005, p. 101

Preliminar, então, é fundamental?

Bandida: Sim. Curto beijo bem distribuído. Vou ao delírio quando beijam o meu pé. Esse é o meu ponto fraco. Gosto de beijinho, nada babado. Beijo de língua, só na boca. Curte sexo oral?

Bandida: Gosto, mas tem que saber fazer e o local certo para me excitar. Já aconteceu de eu parar no meio porque a pessoa não era boa nesse aspecto e perdi completamente a paciência.

E a contrapartida?

Bandida: Adoro beijar. Se olhar e achar bonitinho, vou que vou.

Até o fim?

Bandida: Não sei. Depende da pessoa e da intimidade. Se amasse a pessoa, iria até o final sim. Não posso ter nojo da pessoa que amo.

Edição 302 – Fevereiro 2005, p. 79

Já aconteceu de algum namorado seu só ter feito sexo oral em você?

Cláudia: Já aconteceu. Às vezes, sexo não precisa de penetração. Às vezes, um bom beijo ou um sexo oral bem-feito satisfaz. O homem que entende de sexo sente muito prazer em satisfazer a mulher, então não precisa necessariamente ter penetração.

Você é uma pessoa que não tem muitos limites quando está apaixonada?

Cláudia: Se estou apaixonada, é sexo sem restrição.

Porque tem muitas mulheres que impõem certas limitações, principalmente em relação ao sexo anal...

Cláudia: Sexo anal depende do parceiro. Tem de ser uma pessoa para quem você diga: "Agora eu quero!"

Edição 311 – Novembro 2005, p. 49

O que mais importa na hora de seduzir?

Danita: Os olhos, cara, os olhos não mentem. Então eu sempre demonstro o que quero com o meu olhar.

E no "depois", do que você gosta?

Danita: Gosto de ficar abraçada, dormir de conchinha (risos)... De ficar largada ali mesmo, pegar no sono nos braços da pessoa. Que seja intenso, mesmo que não dure, e que seja amor, mesmo que não seja eterno. O que vale é o estado da alma da gente naquela hora. Sexo é a coisa mais linda do mundo!

Edição 306 – Junho 2005, p. 103

Ao final dos ensaios de nu da revista, tais entrevistas se colocam como mais uma fonte de excitação para o leitor, ou melhor, um espaço de contínua excitação, onde são narradas e exploradas, de uma maneira técnica, a valorização do desempenho com relação ao ato e conquista sexual, as preferências, etc. Existe, claramente, a condução do entrevistador para a descoberta de detalhes “picantes” da vida sexual das entrevistadas, às quais, na sua grande maioria, responderam sem maiores problemas às questões indagadas.

Experiências antes consideradas problemáticas ou mesmo imorais como o sexo oral, anal ou ainda o sexo a três foram perguntadas e respondidas prontamente e com bastante desenvoltura. As perguntas, por sua vez, são balizadas pelo princípio masculino de experimentação dos desejos em suas múltiplas possibilidades, conforme analisado na seção anterior. As respostas dadas pelas modelos, além de satisfatórias (de acordo com o olhar masculino construído pela revista) apresentaram um viés importante na constituição das feminilidades: o lugar do amor nos relacionamentos, por mais fortuitos que sejam.

Para a maioria das entrevistadas, o amor, o envolvimento e a “química” (palavra muito utilizada nas repostas), validam as práticas sexuais sem restrições, inclusive para as fantasias mais desejadas pelos homens: sexo a três (duas mulheres e um homem, e nunca o contrário) e o sexo anal. Tais práticas são validadas, afirmadas, experimentadas, não do ponto de vista técnico, de desempenho, mas, sobretudo, na perspectiva feminina, através do envolvimento e do amor. Como aponta Heilborn (1999, p. 55), na atualidade, a experimentação da sexualidade tende a tornar-se um imperativo existencial: “É justamente entre as mulheres mais jovens que a sexualidade apresenta alguns traços no sentido de vir a significar um valor em si”.

Na *Sexy*, tal perspectiva é muito visível, pois a experiência sexual é bastante valorizada, especialmente no que se refere à vivência plena dos desejos sexuais, fato

ilustrado pela grande desenvoltura com que as modelos relatam suas experiências. As vivências e expectativas com relação ao sexo são coisas previamente pensadas, ou seja, objeto de reflexão do sujeito, que por sua vez, transforma-se em conhecimento sobre si mesmo. A questão sexual transformou-se, portanto, em uma esfera do conhecimento que contribui significativamente para a reflexividade do sujeito, construindo assim um conhecimento sobre si mesmo a partir da experiência sexual.

Outra questão que parece bastante significativa se refere às diferentes (e até mesmo antagônicas) visões entre homens e mulheres, em torno da sexualidade: a questão do amor e do envolvimento afetivo está presente nas respostas de praticamente todas as entrevistadas, como tentei demonstrar anteriormente. A paixão, e conseqüentemente, o envolvimento com o parceiro é a grande justificativa, o “cimento” com relação aos avanços e experiências sexuais. No caso dos homens, a técnica, o desempenho sexual e a avidez por várias experiências e conquistas, que independem de um envolvimento amoroso, são as características que mais aparecem. No caso das mulheres, o desempenho sexual se alia, e depende do envolvimento, do romance, da cumplicidade com o parceiro, da “química” e do amor.

As experiências sexuais narradas pelas entrevistadas assumem tonalidades diferenciadas das expectativas masculinas pelo sexo fortuito, pois “a atividade sexual é um canal para afetos que devem perdurar para além do ato” (Heilborn, 1999, p.53). Podemos afirmar, portanto, que as relações de gênero articulam-se com o modo de experimentar a sexualidade.

Um ponto que merece ser analisado nas falas das modelos refere-se a essa idéia do ‘nojo’ relacionado a algumas práticas sexuais, pois “em um longo processo histórico, foram instituídos padrões de privacidade, de pudor, de nojo que são de crucial importância para o exercício da sexualidade” (HEILBORN, 2006, p. 44). Como o discurso amoroso faz parte das narrativas das entrevistadas, uma das formas de demonstrar amor é suspender as barreiras entre os corpos. É o que acontece quando a *Bandida do Funk* (edição 302/Fevereiro/2005) afirma que não pode ter nojo da pessoa que ela ama, portanto, o amor justifica tudo, em nome do amor se permite a entrega plena, a confiança total (FELIPE, 2007).

Aos amantes são permitidos/vivenciados determinadas extrapolações do que é considerado nojento ou não, sujo/limpo, doloroso/prazeroso. Existe, portanto, uma suspensão dos limites das trocas de fluidos corporais entre as pessoas que amam, no caso específico da revista, as mulheres. O discurso amoroso é quem dita o maior significado para as práticas sexuais mais solicitadas pelos homens.

Um ponto importante a considerar é que nos depoimentos das modelos, nenhuma delas mencionou a preocupação em torno da contracepção. Obviamente que a revista não perguntou em nenhum momento a este respeito, mas essa questão não apareceu como uma preocupação feminina, pelo menos como empecilho para a experimentação plena das fantasias sexuais expostas. Ao que parece, as experimentações do desejo que se pretendem “plenas” não combinam com prevenção.

De uma maneira geral, é possível afirmar que a beleza feminina, associada ao desempenho sexual, é um dos pontos altos nos cenários sexuais construídos para o desejo dos homens heterossexuais, além da idéia de permissividade feminina, explorada acima. A exaltação à beleza extrapolou os ensaios de nu. Um filme, por exemplo, é sugerido não somente pelo roteiro ou direção, mas fundamentalmente pela beleza, juventude e sensualidade da atriz principal ou mesmo de uma atriz coadjuvante. Neste caso, para admirar a beleza feminina, é necessário passar por qualquer prova, inclusive assistir a um filme ruim, ou um programa de televisão de baixa qualidade.

5. 5 O corpo jovem visibilizado na revista: um ensaio de pedofilização ?

Conforme demonstrado até agora, não é preciso um exame mais atento para perceber o quanto o roteiro para uma masculinidade heterossexual se pauta no corpo feminino jovem como elemento principal nas fantasias masculinas expostas na *Sexy*. Podemos afirmar, portanto, que o corpo jovem está no centro dos desejos e das fantasias masculinas heterossexuais. Para se ter uma idéia, dos 36 ensaios exibidos, somente um foi com uma mulher mais ‘madura’, a atriz Cissa Guimarães⁴⁶ (edição 311/ Novembro 2005), que fazia grande sucesso à época como atriz na novela global

⁴⁶ Cissa estava com 48 anos na época do ensaio. Segundo ela, a maturidade trouxe muito mais segurança e sensualidade, especialmente em se tratando de sedução e conquista. Ver: <http://revistatpm.uol.com.br/50/vaidade/04.htm>

“América”. O interessante deste ensaio é uma curiosa relação com os pressupostos de juventude e beleza, pois logo na capa do ensaio de Cissa, percebemos que uma mulher jovem é citada como referência: “*Que Lurdinha que nada! Cissa Guimarães, o melhor da América!*”⁴⁷. Na história da novela, a personagem Lurdinha, adolescente-ninfeta vivida pela atriz Cléo Pires (que até hoje não fez nenhum ensaio para revistas masculinas), arrebatava o coração do ‘cinquentão’ Glauco (vivido pelo ator Edson Celulari), e, ao mesmo tempo, povoava os desejos masculinos à época, e o debate a respeito da diferença de idades entre namorados.

De uma maneira geral, a posição da *Sexy*, outras revistas, bem como outros artefatos consiste em acionar sistematicamente esse encantamento adulto pelos corpos jovens e quase infantis, sempre em um misto de ingenuidade e sedução (FELIPE, 2003, 2005). Uma alusão explícita à tenra juventude (adolescência) aparece na edição 312 (dezembro/2005), na abertura da seção *Qualquer Nota*, com a referência ao calendário erótico com ninfetas de todo o mundo, algumas inclusive com um ar bastante pueril - seios muito pequenos, um corpo ainda sem grandes curvas, um ar ingênuo, displicente, mas ao mesmo tempo sedutor, etc. Os comentários relativos a essa matéria são, entretanto, bastante discretos, apesar da nudez e da aparência de pouca idade das meninas fotografadas para o calendário. Vamos aos exemplos:

⁴⁷ Ver no apêndice, edição 311, novembro 2005.



Nas seções anteriores, demonstrei o quanto este tipo de representação valoriza a conquista sexual, inclusive através de termos que denotam a importância da audácia masculina para a sedução (o ‘abate’, ou dar um ‘crau’ na ‘pituca’). Uma mulher madura, misteriosa e segura de si não é exatamente o que a representação de masculinidade exposta na revista explora, pois a conquista sexual para este tipo de representação, está relacionada a uma posição superior com relação à parceira, fato que dificilmente não se verificaria em uma relação com uma mulher mais velha. Conforme Leal & Knauth (2006), uma mulher mais velha é peça-chave durante a iniciação sexual dos jovens homens, dada a força feminina, sobretudo no plano moral, de orientar os homens nos relacionamentos com outras mulheres. Entretanto, no decorrer de suas trajetórias sexuais, a tendência é que o jovem homem, ao amadurecer, procure parceiras mais novas, certamente para sustentar a relação de superioridade com o gênero feminino.

Na edição posterior ao ensaio de Cissa, em dezembro de 2005, a revista exhibe a atriz da novela *América*, Marisol Ribeiro, que está na contramão da “maturidade segura”

apresentada por Cissa Guimarães: possui um rosto extremamente jovem, um jeito displicente, uma ambigüidade de menina-mulher. Vamos aos exemplos:



As fotos de Marisol exibem um corpo que é diferente dos que tradicionalmente povoam a revista: o corpo não é malhado ou esculpido a bisturi. A atriz revela uma “naturalidade” pueril, um corpo meio infantil (diferente dos corpos jovens, porém vistosos, curvilíneos e bronzeados). Nas fotos, a atriz interpreta uma menina comum, que mora em um lugar comum e tem uma vida e uma rotina como de outra menina qualquer. Ela se apresenta de uma maneira displicente, ao chupar uma manga e se lambuzar inteira, apenas de calcinha, no conforto de sua intimidade. Todo o ensaio se passa dessa maneira: Marisol não olha diretamente para a câmera, convidando o leitor para uma possível excitação, muito pelo contrário: ela está alheia ao que acontece nas cenas, como se o fotógrafo, e, por conseguinte, os leitores, estivessem invadindo um espaço de privacidade, de vivência da intimidade, de uma sensualidade que não é escancaradamente anunciada. Trata-se, pois, de um convite a um *vouyer* de plantão.

Portanto, boa parte da excitação do ávido leitor, que acontecia certamente através das entrevistas picantes com as modelos, fica para trás. No lugar da entrevista, temos poemas, letras de música e declarações carinhosas de amigos e colegas de trabalho. Arrisco afirmar que a excitação, nos moldes que a *Sexy* vinha fazendo, sofre uma mudança significativa nesse ensaio: a excitação fica por conta do próprio leitor, através de um ensaio diferente, com uma modelo que não possui um corpo cheio de curvas, bronzeado, esculpido e que confessa seus apetites e experiências sexuais com desenvoltura, como acontece com as outras mulheres expostas na revista. Ao contrário, o enfoque recai no ar distraído de Marisol, como se ela não tivesse noção de que estava sendo fotografada, vivendo um dia comum e sendo espionada, através de uma espécie de “olhar invasor”. Assim, a sensualidade reside em seu rosto extremamente jovem, seu corpo magro, branco e pueril, suas curvas modestas, sua atitude displicente, seu olhar distante, que parece fugir da câmera do fotógrafo. Suas atitudes são distantes e ‘quase infantis’, como escrever no espelho com um batom vermelho, uma espécie de auto-afirmação travessa, ou usar brinquedos como patinete ou um skate. As fotos de sua genitália também são muito discretas, diferentemente dos ensaios exibidos na revista até então. O convite não é à excitação plena e quase instantânea, mas sim à contemplação das atividades da menina-mulher.

Segundo Felipe (2005a, p. 63), nas sociedades contemporâneas, “um corpo jovem é proclamado como algo a ser desejado, perseguido, minuciosamente investido”. Para a *Sexy*, um corpo jovem possui um imenso poder de sedução, que agrada sobretudo aos olhares masculinos, sempre sedentos por grandes e novos desempenhos sexuais. Nesse sentido, talvez possamos dizer que o corpo jovem é o lugar ideal para a realização de diversas fantasias e experimentações, é o corpo autorizado a viver e realizar as fantasias sexuais.

Nesse momento de avidez e ampliação das modalidades de experimentação do desejo, é importante destacar o conceito de pedofilização como prática social contemporânea. Segundo Felipe (2003, 2005, 2006), além de veículos de consumo atual, as crianças, e/ou a própria idéia da infância como algo a ser apreciado, desejado e exaltado contribui para que os elementos do universo infantil, como brinquedos, determinadas roupas e um rosto jovem sejam utilizados em fantasias e jogos sexuais. O que queremos argumentar é que, antes de denotar somente pureza, ingenuidade e um estado de não-saber, a infância e a juventude atuam significativamente na construção das fantasias sexuais dos adultos, e, para o contexto dessa pesquisa, especialmente dos adultos masculinos. Existe, portanto, uma espécie de ambigüidade com relação aos elementos da infância.⁴⁸

Uma ‘postura infantil’ também faz parte de determinados jogos sexuais descritos pelas modelos da *Sexy*. Vamos a um exemplo:

Tem alguma fantasia?

Bandida: Depois que comecei a fazer a Bandida, meu maior fetiche é fazer amor de mocinha. Gosto de ser tratada como uma princesinha, uma menina, meio Lolita. Depois a coisa esquenta.

Edição 302 – Fevereiro 2005, p.79

Fazer-se de mocinha significa, segundo a modelo, acionar esse misto de ingenuidade e sedução. Tal combinação parece ter bastante acolhida no imaginário de homens heterossexuais, visto que eles são educados para apreciação e fantasias

⁴⁸ Para uma maior exemplificação deste universo, no apêndice B elaborei uma seleção com vários ensaios onde a juventude, a infância e seus elementos correlatos foram eleitos para ensaios fotográficos em revistas masculinas.

envolvendo corpos jovens, por vezes quase infantis. A infantilização dessas mulheres como recurso erótico, de certa forma solicita ou reitera a idéia de que cabe ao homem exercitar ou demonstrar maior conhecimento ou iniciativa em relação ao sexo, ou ainda exibindo atitudes de proteção diante do feminino, reforçando assim o poder masculino. As mulheres, por sua vez, são subjetivadas pela brincadeira de ‘Lolita’, colocando-se numa posição, durante a conquista ou mesmo no jogo sexual, do não saber, embora demonstre estar muito disposta a experimentar, a ser ensinada, conquistada.

A *Sexy*, ao festejar a pouca idade das jovens mulheres que aparecem na revista, enfatizam de certa forma, as possibilidades de alto desempenho sexual que esses corpos acionam, corpos potencialmente ávidos por novas experiências sexuais. Isso se expressa nas entrevistas das modelos, que confessam de maneira bastante desenvolta, suas peripécias sexuais, suas experimentações, seus desejos, na tentativa de alavancar a excitação masculina.

Embora a revista não promova de forma aberta uma possível incitação dos desejos masculinos através de experiências com meninas, e/ou não aluda às prazerosas possibilidades de um encontro sexual com uma mulher menina de forma tão direta, em certa medida pode-se dizer que ela corrobora ou insinua tal possibilidade, ao destacar sistematicamente a imensa admiração por corpos muito jovens, erotizados, e, por conseguinte, disponíveis.

Podemos concluir, de maneira provisória, mas não menos pertinente, que o material apresentado pela *Sexy*⁴⁹ enaltece o corpo feminino jovem e potente como o mais autorizado a satisfazer as vivências e fantasias sexuais masculinas. Este corpo feminino jovem é colocado como ideal para o exercício da sexualidade masculina de orientação heterossexual, tida como uma sexualidade desenfreada, que valoriza a conquista e o encontro sexual fortuito e sem maiores compromissos.

Os desejos sexuais e a realização de fantasias, inclusive de descoberta sexual, assim como o interesse erótico (socialmente construído), em nossas sociedades é sempre realizável, permitido e inteligível quando em um corpo jovem. Talvez seja por

⁴⁹ Na *Sexy*, a pouca idade de cantoras, apresentadoras, atrizes, noticiadas de alguma forma na revista, são festejadas com frases do tipo “*dezoito aninhos*”, “*nenêssa*” (referindo-se à cantora americana Vanessa Carlton e sua voz de menina), etc.

isso ainda a resistência em se entender o envolvimento de uma mulher mais velha com um homem mais jovem, como um fato incomum ou 'fora do normal'.

Para concluir, acredito que seja importante ficarmos atentos a um ponto: da mesma maneira que questionei aqui os olhares masculinos lançados às mulheres e seus corpos, podemos nos perguntar se os olhares contraditórios que lançamos às meninas e garotinhas como pequenas sedutoras (WALKERDINE, 1999, p. 84-5), em programas e propagandas da TV são também 'olhares masculinos', educados e conformados sempre para a apreciação dos corpos jovens.

[...] fantasias adultas sobre crianças e a erotização das meninas pequenas não é um problema que diz respeito a uma minoria de pervertidos da qual o público em geral deveria ser protegido. Trata-se de fantasias disseminadas na cultura, as quais são também contrapostas, de forma igualmente vigorosa, por outras práticas culturais, sob a forma de práticas de bem-estar psico-pedagógicas e sociais que incorporam discursos da inocência infantil.

Cabe então perguntar: será que tais olhares sugerem uma disponibilidade dos corpos infantis, sobretudo dos corpos infantis femininos aos desejos masculinos? Ou ainda, a demanda para que as mulheres adultas se vistam como meninas, enfatizando dessa maneira, uma imagem de sedução e ingenuidade atrelada a uma possível disponibilidade da 'falsa criança'; da 'falsa menina' para o sexo, não seria uma demanda para a sedução, conquista e consumo masculino em nossa sociedade? As fantasias adultas sobre as crianças em nossa cultura, constituem não somente o desejo de conquista sexual masculino, mas também o desejo de ser conquistada e ensinada, por parte do gênero feminino. As relações de poder permeiam os jogos sexuais onde a fantasia maior é ensinar/iniciar a respeito do sexo, ou por outro lado, ser ensinada/orientada.

6 O que a *SEXY* pensa que o homem quer?

Antes de procurar argumentos para “fechar” determinados apontamentos expostos nesta pesquisa, considero proveitosa a leitura deste trabalho se ele de alguma forma, servir para ampliar o debate acerca das representações de masculinidade e os investimentos feitos a elas em nossas sociedades.

Durante a confecção do projeto de pesquisa, o objetivo era fazer uma dissertação que se dedicasse a pensar a respeito dos sentidos sexuais atribuídos à infância: um momento que escapa de maneira explícita, da idéia/sentido da infância como o espaço do puro, inocente e ingênuo. Portanto, o objetivo era analisar a infância como um espaço de realização de jogos sexuais, assim como a realização/encenação de fantasias sexuais, mais especificamente as masculinas.

Contudo, ao longo do processo investigativo, percebi que antes de problematizar especificamente aspectos correlatos à pedofilização, seria produtiva uma investigação mais ampla a respeito das representações de masculinidade que circulam na revista, com um viés para o ensinamento e a educação sexual dos homens através deste roteiro editorial.

O que passei a considerar como mais significativo foi problematizar as pedagogias em torno da sexualidade masculina expostas na revista *Sexy*, considerada aqui como uma espécie de roteiro para a masculinidade heterossexual. Contudo, acredito ser importante abandonar a visão “(...) de uma mídia super poderosa e perigosa, capaz de injetar ideologias venenosas nas mentes dos outros (...)” (RIAL, 2005, p.116). O poder de um roteiro não está na ‘injeção’ das idéias, mas sim em ensinar, de maneira muitas vezes sedutora, determinadas posições de sujeito consideradas desejáveis tanto para homens quanto para mulheres. Acredito que este tipo de publicação atua em um espaço muito mais amplo que se refere à educação dos homens, do que exatamente inserir em suas cabeças conhecimentos prontos.

No processo de educação dos olhares masculinos, a idéia de ‘essência’ sexual pode ser novamente problematizada. Coube às jornalistas mulheres ensinar não somente a como se relacionar de uma maneira superior com as outras mulheres, mas especialmente a ensinar sobre um desempenho sexual melhor, como por exemplo, a

maximizar oportunidades para o encontro e a conquista sexual, assim como um evidente desprezo pela vida conjugal. Segundo Leal e Knauth (2006, p. 138)

A força feminina no plano moral pode ser vista não só pelo fato de que as mulheres são capazes de lidar com essa potência sexual masculina, (...) como também por serem elas quem os ensinam, inicialmente, a ter e manter as relações sociais.

Pelos exemplos demonstrados através das dúvidas e preferências masculinas podemos perceber a multiplicidade de experiências masculinas que a revista deixa de abordar, silencia ou ainda busca normalizar.

Em meu projeto de Dissertação, preoquei-me em demasiado com a classificação das revistas masculinas. Afinal de contas, são eróticas ou pornográficas? Para isso, recorri a uma literatura mais especializada, em busca de elementos em que eu pudesse classificar a revista. Durante o parecer a respeito da proposta, o professor Fernando Seffner chamou atenção para um ponto importante: qual a relação disso com a pesquisa? Faltava então um gancho maior. Uma questão incomodava: o fato da própria palavra pornô ou pornográfico não aparecer na revista, de perceber através da análise das trajetórias dos profissionais da *Sexy* que eles/elas não se consideravam fazendo um trabalho que é próximo do pornô (por mais incrível que pareça, o pornô, neste meio, parece quase sempre ter uma conotação com o vulgar, rótulo que a *Sexy* esforçou-se para dismantelar). Um ensaio mais picante é chamado, no máximo, de “ousado”. Nestes termos, a revistas não são classificadas como pornô ou eróticas, mas simplesmente como *revistas masculinas*, ou ainda somente ‘a’ *Playboy* ou ‘a’ *Sexy*, como entidades independentes, ou seja, quando uma atriz ou modelo vai posar para uma dessas publicações, já sabemos o que acontecerá.

A revista, portanto, utiliza-se de *elementos* do que é considerado pornográfico, embora seja uma preocupação constante da revista em não parecer vulgar. E o erotismo, também se faz presente através do movimento de sugestão de desejos e fantasias, antes de explicitá-los.

Foi então que decidi parar de buscar uma classificação “purista” para este tipo de publicação, e considerá-la como publicação masculina, ou simplesmente, revista masculina. Entretanto, permaneceu ainda uma questão: e os ensaios de nu, o que são?

Neste momento, a contribuição do Professor Roger Raupp Rios, durante a banca de qualificação foi-me bastante valiosa: são pornográficas, pois o objetivo não é artístico ou uma simples contemplação do leitor, ou seja, o objetivo é, além de entreter, estimular sexualmente o leitor.

Diante dessas considerações, podemos elaborar outra pergunta: de que forma, na construção das masculinidades, os elementos pornográfico-eróticos ganham espaço, diferentemente da construção das feminilidades? Tradicionalmente, aos homens, sobretudo aos homens jovens, a iniciação sexual é experimentada no âmbito privado através do consumo dos materiais pornográficos, tais como as revistas e os chamados pornovídeos (ABREU, 1996)

No entanto, o importante aqui não foi estabelecer uma divisão nítida, entre pornografia e erotismo, com o objetivo de encaixar a revista em uma destas vertentes, mas sim perguntar, e, por conseguinte, pesquisar: por que e como uma revista masculina, que aposta em um mercado segmentado através do conceito de 'estilos de masculinidade', traz elementos da pornografia-erotismo para a sua composição editorial? Certamente o consumo da pornografia e o erotismo, enquanto representações culturais da sexualidade estão muito mais associadas à masculinidade e a determinados exercícios da sexualidade masculina (por exemplo, a importância da iniciação sexual, a conquista e do desempenho sexual) do que para a sexualidade feminina. Esta parte é importante para problematizar a sexualidade masculina na revista de uma maneira mais geral, ou seja: além de ser considerada uma necessidade incontornável, a sexualidade é um aspecto central na construção da masculinidade, donde podemos aí tirar algumas conclusões a respeito da supremacia do desejo sexual masculino. Na construção de si, (se tomarmos a prática sexual como elemento importante para a construção do gênero masculino) os elementos da pornografia/erotismo, aparecem com bastante desenvoltura, sendo inclusive autorizados socialmente. O que desejo pontuar é o fato de que o consumo desses elementos é socialmente relacionado aos homens, não somente à iniciação sexual, mas no desenrolar de suas trajetórias e carreiras sexuais, como uma maneira de dar vazão a um impulso sexual 'naturalizado'.

Acredito, portanto, na importância desse tipo de apontamento para as análises das trajetórias e das representações de masculinidade, especialmente quando a sexualidade é central nessa representação, via desempenho e aprendizado técnico, aspectos que podem ser sistematicamente oferecidos, por exemplo, pelos artefatos produzidos no mercado pornô. Afinal de contas, a produção erótico/pornográfica é também uma representação cultural da sexualidade, ou seja, carrega consigo as assimetrias e as marcas de gênero, assim como o que uma sociedade valoriza ou não em um dado momento histórico.

Penso que um foco de pesquisa que fica em aberto para investigações futuras seja a importância da pornografia e do erotismo na construção da masculinidade, diferentemente das trajetórias sexuais femininas, onde os elementos da pornografia/erotismo aparecem de maneiras muito diferentes ou mesmo não aparecem. Segundo Abreu (1996) é a partir dos anos 80, com a disseminação do vídeo cassete e dos pornovídeos que as produções pornográficas ganham o espaço doméstico e, por conseguinte, interagem com as mulheres. Podemos pensar, portanto, que a pornografia na construção das feminilidades é algo bastante recente, e que mereceria pesquisas e investigações aprofundadas.

Não fica tão complicado pensar na pornografia e no erotismo como constituintes da masculinidade, quando retomamos um ponto importante das análises: a centralidade que a conquista e o desempenho sexual assumem em um roteiro que se destina aos homens heterossexuais. Mais do que somente entreter, a revista assume uma educação dos desejos e dos olhares masculinos, através da construção de determinados cenários de desejo para a masculinidade que são os considerados corretos e coerentes. Dessa forma, a *Sexy* reitera que não é para se admirar qualquer mulher (uma mulher mais velha, negra ou gorda, por exemplo), não é para se gostar de qualquer prática sexual (aventuras sexuais não-heterossexuais são descartadas), mas sim ter inúmeras e diversificadas experiências que reafirmem a superioridade masculina.

Também é importante para o homem não se deixar enredar pelas artimanhas femininas, principalmente através do envolvimento sentimental. Não se apaixonar (ou pelo menos não demonstrar) significa, antes de tudo, ter o controle da situação. Se a

relação estável está insatisfatória, a orientação maior não é simplesmente assumir-se como solteiro convicto, mas sim arrumar uma amante, afastando-se, portanto, da rotina enfadonha de um relacionamento estável.

Por fim, é preciso pontuar que a *Sexy*, enquanto um roteiro para a masculinidade, simplesmente não 'reflete' o leitor, mas sim o produz. A sexualidade masculina, aprendida através dos vários ensinamentos oferecidos pelo roteiro não é fruto de um impulso sexual masculino, mas sim de constantes e reiterados investimentos, vigilância e normalização dos desejos masculinos, mesmo mediante a um roteiro que antes de tudo propõe entretenimento. Fica evidente o que deve ser desejável para um homem heterossexual e o que deve ser explicitamente descartado.

O objetivo da pesquisa, contudo, nunca foi esgotar o assunto, muito pelo contrário: quanto maior o número de contribuições, perguntas e considerações geradas a partir da leitura deste texto, melhor. Acredito também que o presente trabalho contribui para a formação de novos focos para pesquisas futuras, como por exemplo, a relação que pode ser estabelecida entre a pornografia e suas diferentes tonalidades com relação à masculinidade e à feminilidade.

7 Referências

ABREU, Nuno César. **O olhar pornô**: a representação do obsceno no cinema e no vídeo. Campinas: Mercado de Letras, 1996.

ALVES, Vera Lucia Pereira. **Receitas para a conjugalidade**: uma análise da literatura de auto-ajuda. Campinas: UNICAMP, 2005. Tese (Doutorado em Educação), Faculdade de Educação, Universidade de Campinas, 2005.

ANDERSON, Kenneth; GOLDENSON, Robert M. **Dicionário de Sexo**. São Paulo: Ática, 1989.

ARAN, Edson. Breve história das revistas masculinas. Disponível em: http://www.expm.org.br/associados/coluna_int.asp?cod_colunas=92&cod_sis_colunas=6&cod_cat_colunas=43. Acesso em: 19/05/2006

ARILHA, Margareth; RIDENTI, Sandra G.; MEDRADO, Benedito (orgs). **Homens e Masculinidades**: outras palavras. São Paulo: Ecos/Editora 34, 1998.

AZAMBUJA, Mariana Porto Ruwer de. Violência doméstica contra crianças: uma questão de gênero? In: STREY, Marlene Neves; AZAMBUJA, Mariana Porto Ruwer de; JAEGER, Fernanda Pires (orgs). **Violência, Gênero e Políticas Públicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

BADINTER, Elisabeth. **Rumo equivocado**: o feminismo e alguns destinos. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (orgs). **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2004.

BELLO, Alexandre. **Sujeitos infantis masculinos**: homens por vir? Porto Alegre: UFRGS, 2006. Dissertação (Mestrado em Educação), Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2006.

BERNARDES, Anita Guazzelli; GUARESCHI, Neuza. A cultura como constituinte do sujeito e do conhecimento. In: STREY, Marlene Neves; CABEDA, Sônia T. Lisboa; PREHN, Denise R. (orgs). **Gênero e Cultura**: questões contemporâneas. Porto Alegre: EdIPUCRS, 2004.

BORGES, Maria de Lourdes. Gênero e desejo: a inteligência estraga a mulher? **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis (SC), vol.13, nº3, p.667-676, setembro-dezembro/2005.

BOURDIEU, Pierre. A dominação masculina. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 133-84, jul.-dez. 1995.

BOZON, Michel. **Sociologia da Sexualidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

BRANDÃO, Elaine Reis; HEILBORN, Maria Luiza. Introdução: ciências sociais e sexualidade. In: HEILBORN, Maria Luiza (org). **Sexualidade: o olhar das ciências sociais**. IMS/UERJ. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BUJES, Maria Isabel Edelweiss. Discursos, Infância e Escolarização: caminhos que se cruzam. In: SILVEIRA, Rosa Maria Hessel (org). **Cultura, Poder e Educação: um debate sobre Estudos Culturais em Educação**. Canoas: Editora Ulbra, 2005.

CONNELL, Robert W. Políticas da Masculinidade. **Educação e Realidade**. Porto Alegre, vol. 20, n. 2, p.185-206, jul.-dez. 1995.

CONNELL, Robert W. La organización social de la masculinidad. In: VALDÉS, Teresa; OLAVARRÍA, José (orgs). **Masculinidad/es: poder y crisis**. Santiago: Ediciones de Iãs Mujeres, 1997.

COSTA, Valmir da. Mulher Nova, Mulher Sexy: a mulher que não existe. **SINPRO CULTURA**, Sindicato dos Professores de Campinas e Região. Campinas: Edições de Maio, 1995.

DEL PRIORE, Mary (org). **História das Crianças no Brasil**. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2004.

FELIPE, Jane. Entre tias e tiazinhas: pedagogias culturais em circulação. In: SILVA, Luís Heron (org). **Século XXI: qual conhecimento? Qual currículo?** Petrópolis: Vozes, 1999.

FELIPE, Jane. **Governando mulheres e crianças: Jardins de Infância em Porto Alegre na primeira metade do século XX**. Porto Alegre: UFRGS, 2000. Tese (Doutorado em Educação), Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000.

FELIPE, Jane; GUIZZO, Bianca Salazar. Discutindo a 'pedofilização' da sociedade e o consumo dos corpos infantis. **Anais do XIV Congresso de Leitura do Brasil**. Campinas: Editora da Unicamp, 2003 (CD-ROM).

FELIPE, Jane e GUIZZO, Bianca Salazar. Erotização dos corpos infantis na sociedade de consumo. **Pro-posições**. Campinas, v. 14, n.3(42), set./dez. 2003b, p. 119-132.

FELIPE, Jane; GUIZZO, Bianca Salazar. Entre batons, esmaltes e fantasias. In: MEYER, Dagmar; SOARES, Rosângela (orgs). **Corpo, Gênero e Sexualidade**. Porto Alegre: Mediação, 2004.

FELIPE, Jane. Erotização dos corpos infantis. In: LOURO, Guacira Lopes; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana Vilodre. **Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2005a.

FELIPE, Jane. **‘Pedofilização’ como prática social contemporânea**: uma análise cultural a partir dos Estudos de Gênero. Porto Alegre: UFRGS, 2005b. Projeto de Pesquisa.

FELIPE, Jane. Afinal, quem é mesmo pedófilo? **Cadernos Pagu**, Campinas (SP), vol.26, p. 201-223, janeiro-junho de 2006a.

FELIPE, Jane. **Violência sexual contra crianças**: uma análise cultural na perspectiva de gênero. Porto Alegre: UFRGS, 2006b. Projeto de Pesquisa.

FELIPE, Jane. Do amor (ou de como glamourizar a vida): apontamentos em torno de uma educação para a sexualidade. In: RIBEIRO, Paula Regina Costa, et al (orgs). **Corpo, Gênero, Sexualidade**: discutindo práticas educativas. Porto Alegre: UFRGS, 2007.

FISCHER, Rosa. “Técnicas de si” na TV: a mídia se faz pedagógica. **Educação Unisinos**, São Leopoldo (RS), vol.4, nº7, p.111-139, 2000.

FLAUSINO, Márcia Coelho. As velhas/novas revistas femininas. **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Belo Horizonte, setembro, 2003.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I**: a vontade de saber. 16. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2005a.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 21. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2005b.

GILL, Rosalind. Análise de discurso. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (orgs). **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2004.

GOLDENBERG, Mirian. **De perto ninguém é normal**: estudos sobre corpo, sexualidade, gênero e desvio na cultura brasileira. Rio de Janeiro: Record, 2004.

HEILBORN, Maria Luiza. A primeira vez nunca se esquece: trajetórias sexuais masculinas. **Revista Estudos Feministas**, Rio de Janeiro (IFCS/UFRJ), vol.6, nº 2, p.394-405, 1998.

HEILBORN, Maria Luiza. Construção de si, gênero e sexualidade. In:_____ (org). **Sexualidade**: o olhar das ciências sociais. IMS/UERJ. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

HEILBORN, Maria Luiza. Entre as tramas da sexualidade brasileira. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis (CFH/CCE/UFSC), vol.14, nº1, p.43-59, janeiro-abril, 2006.

HOLLENBACH, Gabriela Boemler. **Sexualidade em revista**: as posições de sujeito em Nova e TPM. Porto Alegre: UFRGS, 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005.

KELLNER, Douglas. Lendo imagens criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação**. Petrópolis: Vozes, 1995.

KNAUTH, Daniela Riva. Morte masculina: homens portadores do vírus da AIDS sob a perspectiva feminina. In: DUARTE, LFD; LEAL, Ondina Fachel (orgs). **Doença, sofrimento, perturbação: perspectivas etnográficas**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 1998.

LANDINI, Tatiana. **Pornografia Infantil na Internet: proliferação e visibilidade**. São Paulo: USP, 2000. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2000.

LANDINI, Tatiana. Pedófilo, quem és? A pedofilia na mídia impressa. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 19, Suplemento 2, p. S273-S282, 2003.

LEAL, Ondina Fachel; BOFF, Adriane de Mello. Insultos, queixas, sedução e sexualidade: fragmentos de identidade masculina em uma perspectiva relacional. In: PARKER, Richard; BARBOSA, Regina Maria (orgs). **Sexualidades brasileiras**. Rio de Janeiro: Relume Dumará: ABIA: IMS/UERJ, 1996.

LEAL, Andréa Fachel; KNAUTH, Daniela Riva. A relação sexual como uma técnica corporal: representações masculinas dos relacionamentos afetivo-sexuais. **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro (RJ), nº22, v.7, p.1375-1384, jul, 2006.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, Sexualidade e Educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da Sexualidade. In: _____. (org). **O Corpo Educado: pedagogias da sexualidade**. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

LOURO, Guacira Lopes. Epistemologia feminista e teorização social – desafios, subversões e alianças. In: ADELMAN, Miriam; SILVESTRIN, Celsi Brönstrup (orgs). **Gênero Plural: um debate interdisciplinar**. Curitiba: Editora UFPR, 2002.

MACHADO, Roberto. Introdução: por uma genealogia do poder. In: FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 21. ed. Rio de Janeiro, Graal, 2005.

MATTA-MACHADO, Anna Carolina da. Masculinidades *Prêt-à-porter*: consumo, identidade e estilos de vida nas revistas masculinas. **X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste**, Rio de Janeiro, dezembro de 2004.

MATTA-MACHADO, Anna Carolina da. Identidade e Estilos de vida nas revistas masculinas: uma questão de gênero. **XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (UERJ)**, Rio de Janeiro, setembro de 2005.

MEYER, Dagmar. Teorias e Políticas de gênero: fragmentos históricos e desafios atuais. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília (DF), v. 57, n.1, p. 13-8, jan.-fev. 2004.

MEYER, Dagmar. Gênero e Educação: teoria e política. In: LOURO, Guacira Lopes; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana Vilodre. **Corpo, Gênero e Sexualidade**: um debate contemporâneo na educação. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

MONTEIRO, Marko. **Tenham Piedade dos Homens!** Masculinidades em Mudança. Juiz de Fora: FEME, 2000a.

MONTEIRO, Marko. Revistas Masculinas e Pluralização da Masculinidade nos anos 60 e 90. **Lugar Comum**, Rio de Janeiro, v. 12, p. 87-107, 2000b.

MONTEIRO, Marko. Sobre a masculinidade contemporânea: uma experiência etnográfica na redação da VIP Exame. In: ADELMAN, Miriam; SILVESTRIN, Celsi Brönstrup (orgs). **Gênero Plural**: um debate interdisciplinar. Curitiba: Editora UFPR, 2002.

MONTEIRO, Marko. A perspectiva do Gênero nos estudos da Masculinidade. Disponível em: <http://www.artnet.com.br/~marko/articles.htm>. Campinas, 1997. Acesso em: 16 jun. 2004.

MOTT, Luiz. Pedofilia e Pederastia no Brasil Antigo. In: DEL PRIORE, Mary (org). **História da Criança no Brasil**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 1996.

OLIVEIRA, Selma Regina Nunes. Sei que eu sou bonita e gostosa. **XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Belo Horizonte, setembro de 2003.

OLIVEIRA, Pedro Paulo de. Crises, Valores e Vivências da Masculinidade. In: **Novos Estudos CEBRAP**, n.56, p. 98-110, março, 2000.

OLIVEIRA, Pedro Paulo de. **A Construção Social da Masculinidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2004.

RIAL, Carmen Silvia. Mídia e sexualidades: breve panorama dos estudos de mídia. In: GROSSI, Miriam Pillar; et al (orgs). **Movimentos Sociais, Educação e Sexualidades**. Coleção Sexualidade, Gênero e Sociedade. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2005.

SANTOS, Benedito Rodrigues; NEUMANN, Marcelo; IPPOLITO, Rita. **Guia Escolar**: Métodos para Identificação de Sinais de Abuso e Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes. 2. ed. Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos e Ministério da Educação, 2004.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 71-99, jul.-dez. 1995.

SEFFNER, Fernando. **Derivas da Masculinidade**: representação, identidade e diferença no âmbito da masculinidade bissexual. Porto Alegre: UFRGS, 2003. Tese (Doutorado em Educação), Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **O currículo como fetiche**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Documentos de Identidade**: uma introdução às teorias do currículo. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

STEINBERG, Shirley; KINCHELOE, Joe L. (orgs). **Cultura infantil**: a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

VERONEZI, Márcia Schmitt. A pedofilia na pós-modernidade: um problema que ultrapassa a cibercultura. **Revista Em Questão**, Porto Alegre (RS), vol.11, nº1, p. 67-82, janeiro-junho 2005.

WALKERDINE, Valerie. A cultura popular e a erotização das garotinhas. **Educação e Realidade**, 24 (2), julho/dezembro, 1999. 75-88.

WEEKS, Jeffrey. O Corpo e a Sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (org). **O Corpo Educado**: pedagogias da sexualidade. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

WELZER-LANG, Daniel. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. In: **Revista Estudos Feministas**, CFH/CCE/UFSC, v. 9, n. 2, 2001.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e Diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e Diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

APÊNDICE A – Informações gerais sobre a revista *SEXY*

SEXY Janeiro de 2005 – Edição 301

Carta do Editor (principais idéias)	Referência às mudanças, já que um ano novo começa. O editor também anuncia as novidades para o novo ano: “inusitadas, irreverentes e surpreendentes”. Um ano novo significa fartura, e esta é a justificativa para a revista exibir duas modelos como ensaio principal, desejando a todos os leitores que em 2005, tudo venha “em dobro”, especialmente as mulheres.
Chamadas de capa (gênero e sexualidade)	“Previsões 2005: o mundo vai acabar? Seu time vai pra segunda divisão? A Sandy vai sair na Sexy? (quatro videntes respondem)”. “As Paniquetes: Valéria (a atual) e Mariana (a ex) juntinhas e peladinhas”. “Desvendando Freud: você é galinha? A culpa é da sua mãe!”. “Aprenda com quem sabe: dicas de uma lésbica para traçar (gostoso!) uma mulher”.
Concepção da revista (homens e mulheres)	3 homens e 2 mulheres
E-mails dos leitores	Homens: 10 Pedidos: 3 Elogios:7 Mulheres: 1 Críticas: 2
Dúvidas Masculinas (“Arianne Responde”)	Um marido que se cansou de “transas exóticas” com a esposa e prefere um modo mais tradicional de sexo. Um elogio a respeito de uma matéria escrita por Arianne Brogini.
“Coisa de Mulher”	“Caia de boca: escritora lança o guia prático ‘Segredos de uma lésbica para homens’” – Arianne Brogini e Edson Aran
Matérias sobre sexualidade	“Não põe a mãe no meio” – Babi Mallman
“Lançamento Nacional” (ensaio)	São oito fotos de nu, em um local litorâneo. A região pubiana é amplamente valorizada.
Capa (ensaio)	São duas modelos juntas em 17 fotos, em cenário com metais e tons vermelhos e quentes, uso de correntes, e simulação de masturbação.
“Delícia do mês” (ensaio)	São nove fotos feitas em um tipo de cervejaria. O rosto da modelo é destacado, em conjunto com a região pubiana, e os tons do ensaio são avermelhados, numa referência aos seus cabelos ruivos.
Entrevista (“O sentido da vida segundo...”)	Cantor Nando Reis, a respeito da carreira e o que pensa sobre futebol.
Propagandas publicitárias	Ao todo: 17 – Com ‘teor sexual’: 5
Consumo	Dica de viagem e culinária, bicicletas, drinques, chinelos e calçados para o verão, bebidas, charutos e cigarros, bares de Florianópolis, aparelho de som e sachê de gel para a barba.



SEXY Janeiro de 2005 – Edição 301

SEXY Fevereiro de 2005 – Edição 302

Carta do Editor (principais idéias)	Com um estilo irreverente e sempre pregando o bom humor, o editor aponta a figura do “leitor esquisitão”, ou seja, aquele que, ao invés de admirar as mulheres peladas exibidas com cuidado pela revista, se interessa em ler o que ele (o editor-chefe) escreve. Uma maneira de saudar os fãs de Histórias em Quadrinhos (HQ’s) é o ensaio exibido com a “Bandida”.
Chamadas de capa (gênero e sexualidade)	“Caso de Polícia! Capturamos a Bandida!” “Faça sexo agora! Nós ensinamos como”.
Concepção da revista (homens e mulheres)	4 homens e 1 mulher
E-mails dos leitores	Homens: 10 Pedidos: 5 Elogios: 5 Mulheres: 0 Críticas: 1
Dúvidas Masculinas (“Arianne Responde”)	Como lidar com o assédio de mulheres mais velhas e gays. Como lidar com a higiene da namorada, que tem fortes odores nas axilas.
“Coisa de Mulher”	“Ela gosta de você ou do seu dinheiro? Descubra se ela sente mais prazer quando você tira a roupa ou o cartão de crédito” – Arianne Brogini
Matérias sobre sexualidade	“Faça sexo direito, rapaz!” “Que tipo de trouxa você é?” – Fabiano Onça
“Lançamento Nacional” (ensaio)	São dez fotos, onde o tema é surf. O ensaio não apresenta a modelo de pernas abertas.
Capa (ensaio)	São dezessete fotos com o tema das revistas em quadrinhos, sendo a modelo uma “Bandida”, numa seqüência de furto, prisão, interrogatório e encarceramento.
“Delícia do mês” (ensaio)	São oito fotos num cenário que lembra uma suíte de motel, mas em tons claros. O ensaio não apresenta fotos com a modelo de pernas abertas, mas a região pubiana é valorizada.
Entrevista (“O sentido da vida segundo...”)	Luis Fernando Veríssimo, a respeito de literatura, qualidade literária e política brasileira.
Propagandas Publicitárias	Ao todo: 15 – Com ‘teor sexual: 5
Consumo	Várias receitas com macarrão, óculos para o verão, bolsas e mochilas masculinas, bares, bebidas e vinhos, xampu e condicionador para homem.



SEXY Fevereiro de 2005 – Edição 302

SEXY Março de 2005 – Edição 303

Carta do Editor (principais idéias)	A comparação com outras revistas, mesmo sem citar seus respectivos nomes, aparece: “Sexy é a melhor revista”, a “melhor publicação masculina”. Ao descrever as seções e novidades da revista, o editor procura justificar o porquê da revista Sexy ser a melhor revista masculina.
Chamadas de capa (gênero e sexualidade)	“A história do sexo: 15 bilhões de safadeza e descaramento!” “Traição para principiantes: um especialista ensina a pular a cerca sem ser pego”. “Rafaella: a gata que dá sorte ao Big Brother”. “Manual do casamento: vai se enforcar? Leia nossas dicas!”
Concepção da revista (homens e mulheres)	3 homens e 2 mulheres
E-mails dos leitores	Homens: 13 Pedidos: 5 Elogios: 7 Mulheres: 0 Críticas: 2
Dúvidas Masculinas (“Arianne Responde”)	Como fazer a namorada gostar de motel. Um homem quer continuar com sua coleção de filmes pornôs, contrariando a esposa. Um rapaz quer convencer a namorada a fazer sexo anal O que fazer para agradar uma mulher.
“Coisa de Mulher”	“Como trair sem se trair: guia prático para pular a cerca” – Arianne Brogini
Matérias sobre Sexualidade	“Uma história Sexy do sexo” – Jorge Lukacs “Até que a morte os separe (ou algo assim)” – Arianne Brogini
“Lançamento Nacional” (ensaio)	São nove fotos com o tema de floresta e cachoeira, sem pernas abertas, mas sem enfoque no rosto da modelo. A região pubiana é valorizada.
Capa (ensaio)	São dezesseis fotos numa casa de praia, as fotos foram feitas em vários cômodos, nenhuma foto de perna aberta e a foto inicial a modelo está de lingerie completa, ou seja, calcinha e sutiã.
“Delícia do mês” (ensaio)	São nove fotos, sendo que quatro são em preto e branco, feitas em um bar. Sem pernas abertas, mas uma “simulação branda” de masturbação. Uma foto em que a modelo também está de lingerie.
Entrevista (“O sentido da vida segundo...”)	Cantor Thaíde, a respeito de música, marginalidade, violência policial, fidelidade, assédio das fãs, sexualidade.
Propagandas publicitárias	Ao todo: 16 – Com ‘teor sexual’: 6
Consumo	Como aproveitar as sobras da geladeira, calçados e roupas da São Paulo Fashion Week (outono/inverno), desodorantes, isqueiros, guias gastronômicos e bares.

NOVA SEXO * MULHERES * HUMOR * MODA * CARROS * CERVEJA * VIAGEM

Sexy

A REVISTA QUE ENTENDE A CABEÇA DO HOMEM

99 COISAS QUE VOCÊ
PRECISA FAZER
ANTES DE MORRER

- * A HISTÓRIA DO SEXO
15 BILHÕES DE ANOS DE
SAFADEZA E DESCARAMENTO
- * TRAIÇÃO PARA
PRINCIPIANTES
UM ESPECIALISTA ENSINA A
PULAR A CERCA SEM SER PEGO

RAFAELLA

A GATA QUE DÁ SORTE AO
BIG BROTHER

- * VOCÊ GOSTA DE TÊNIS?
MODELOS LINDÕES E BACANAS
PRA USAR ATÉ ACABAR

ISSN 010-41800



MANUAL DO CASAMENTO
VAI SE ENFORCAR?
LEIA NOSSAS DICAS ANTES!

RD
Rickclan
MARÇO 2005
ED. 107 R\$ 9,90
DESCONSELHÁVEL
PARA MENORES
DE 18 ANOS



SEXY Março de 2005 – Edição 303

SEXY Abril de 2005 – Edição 304

Carta do Editor (principais idéias)	Numa referência às mudanças pela qual a revista passa e/ou passará, o editor informa que a revista faz o melhor. Se o leitor valoriza seu dinheiro, então deve exigir o melhor.
Chamadas de capa (gênero e sexualidade)	“Maneiro! Tathy Rio: a ‘big brother’ que você queria!” “Filmes de Macho: pancadaria, tiroteio, sangue e mulher pelada!”
Concepção da revista (homens e mulheres)	3 homens
E-mails dos leitores	Homens: 10 Pedidos: 3 Elogios: 4 Mulheres: 0 Críticas: 2
Dúvidas Masculinas (“Arianne Responde”)	Ficar ou não com uma mulher que é casada e quer largar o marido. Um homem pergunta sobre sua fantasia sexual com sorvetes. Um rapaz pergunta por que tem que conversar com uma mulher após o sexo.
“Coisa de Mulher”	“A gente põe na roda: cuidado! Seu desempenho sexual é assunto na rodinha de amigas da sua namorada” “Pequeno Dicionário Feminino” – Arianne Brogini
Matérias sobre sexualidade	“30 Filmes de Macho” – Edson Aran
“Lançamento Nacional” (ensaio)	São sete fotos mais ousadas, feitas em uma borracharia, a modelo faz poses de pernas abertas, na posição de quatro.
Capa (ensaio)	São dezenove fotos feitas em um barco, num dia de muito sol e luminosidade, onde o branco é muito valorizado. A modelo não posa de pernas abertas, mas a região pubiana é valorizada.
“Delícia do mês” (ensaio)	São doze fotos realizadas numa casa naturista. A modelo não posa de pernas abertas, mas simula de maneira leve uma masturbação. O ensaio apresenta fotos que privilegiam além da região pubiana, seus pés.
Entrevista (“O sentido da vida segundo...”)	Zico, a respeito da situação do futebol carioca, os ídolos atuais, as polêmicas da carreira e como lidar com o fim da carreira.
Propagandas publicitárias	Ao todo: 17 – Com ‘teor sexual’: 4
Consumo	Sugestões de comida de rua (“baixa gastronomia”), composição de “looks” completos para homens, bebidas, e bares de Goiânia, uma página inteira dedicada a produtos para os cuidados com a barba.

NOVA SEXO * MULHERES * HUMOR * MODA * CARROS * CERVEJA * VIAGEM

Sexy

A REVISTA QUE ENTENDE A CABEÇA DO HOMEM

RD
Rickclan

ABRIL 2005
ED. 304 R\$ 9,90
DESCONSELHÁVEL
PARA MENORES
DE 18 ANOS

KIA JOORABCHIAN
QUEM É O HOMEM QUE
COMPROU O CORINTHIANS

* **MODA**
BLAZER OU JAQUETA?
SAIBA O QUE (E COMO) USAR

* **BAIXA GASTRONOMIA**
SANDUÍCHE DE PERNIL,
PASTEL, TORRESMO E OUTRAS
DELÍCIAS MATADORAS

MANEIRO!
TATHY RIO
A "BIG BROTHER" QUE VOCÊ QUERIA!

* **ONDE ELES ESTAVAM
COM A CABEÇA?**
AS PIORES INVENÇÕES
DE TODOS OS TEMPOS

E MAIS:
UM MONTE DE
GOSTOSAS!

FILMES DE MACHO
PANCADARIA, TIROTEIO,
SANGUE E MULHER PELADA!



SEXY Maio de 2005 – Edição 305

Carta do Editor (principais idéias)	Numa reflexão sobre o que compõe uma revista, o editor aponta para a importância das idéias e das mulheres peladas, os propulsores de uma revista masculina. Numa descrição das mudanças que aparecem na presente edição e elogios à equipe que produz a revista, o editor salienta, ao final, que a Sexy é a melhor revista do Brasil.
Chamadas de capa (gênero e sexualidade)	“Que fenômeno! Livia Lemos: mais gostosa! Mais ousada!” “Nem Freud nem sai de cima! Pedro de Lara interpreta sonhos eróticos!” “3 é (bom) demais! Quer transar com duas ao mesmo tempo? Nossa repórter ensina o caminho das pedras”.
Concepção da revista (homens e mulheres)	3 homens e 2 mulheres
E-mails dos leitores	Homens: 16 Pedidos: 6 Elogios: 8 Mulheres: 0 Críticas: 4
Dúvidas Masculinas (“Arianne Responde”)	Um rapaz se queixa de porque as mulheres levam tudo a sério. Como fazer com uma mulher que vive se intrometendo em tudo. Como fazer com a ex-namorada, que vive atormentando.
“Coisa de Mulher”	“Bota Pilha! Comprovamos: o vibrador é o melhor amigo das mulheres” – Arianne Brogini
Matérias sobre sexualidade	“Melhor de três” – Bárbara Semerene “Como pegar uma portuguesa” – Alexandre Petillo
“Lançamento Nacional” (ensaio)	São dez fotos em que o rosto da modelo é pouco explorado, feitas numa praia do Nordeste brasileiro. Sem pernas abertas, contudo, a região pubiana e seios são amplamente valorizados.
Capa (ensaio)	São vinte e uma fotos feitas numa mansão de praia. As fotos privilegiam todo o conjunto da modelo, ou seja, rosto, corpo, seios, nádegas, etc. Apresenta uma seqüência de fotos com um alimento, no caso, o leite.
“Delícia do mês” (ensaio)	São dez fotos feitas num salão para aulas de balé clássico. O rosto da modelo é valorizado (um rosto “triste”), mas não posa de pernas abertas. O ensaio também apresenta artefatos que bailarinas usam, tal como a sapatilha e a saia.
Entrevista (“O sentido da vida segundo...”)	Cozinheiro Alex Atala, a respeito da sua trajetória pessoal, suas preferências gastronômicas e o assédio das mulheres.
Propagandas publicitárias	Ao todo: 18 – Com ‘teor sexual’: 3
Consumo	Cervejas e comidas comuns de botecos e bares, teste dos derivados do tabaco, como fumo de corda, tabaco de mascar, etc. Bares e bebidas, e duas páginas com hidratantes e cuidados para o corpo do homem, além de perfume.



SEXY Junho de 2005 – Edição 306

Carta do Editor (principais idéias)	Ao descrever as seções e matérias da revista, como uma matéria sobre filmes e cenas de sexo, o editor salienta que “filme bom tem que ter mulher pelada”. Além disso, as questões sobre os escândalos da política brasileira são motivos de bastante ironia por parte do editor.
Chamadas de capa (gênero e sexualidade)	“30 cenas de sexo mais quentes do cinema! Estrelando: Meg Ryan, Halle Berry, Sharon Stone e grande elenco!” “Valeu a pena esperar! Karla do BBB: veja tudo o que a TV não mostrou!” “Faça certo: aprenda a dar cantadas com quem entende do assunto”
Concepção da revista (homens e mulheres)	3 homens e 2 mulheres
E-mails dos leitores	Homens: 14 Pedidos: 4 Elogios: 6 Mulheres: 1 Críticas: 3
Dúvidas Masculinas (“Arianne Responde”)	Um rapaz angustiado pelo fato de uma mulher não o aceitar. Um rapaz quer ver a namorada se masturbando, como fazer? Um rapa elogia a Arianne pela sua beleza e sensualidade.
“Coisa de Mulher”	“Namoro de resultados: dicas para você levar sua pituca à loucura no Dia dos Namorados” – Arianne Brogini
Matérias sobre sexualidade	“Pode ser ou tá difícil”? – Alexandre Petillo e Olacir Dias “As 30 cenas mais Sexy do cinema” – Arianne Brogini
“Lançamento Nacional” (ensaio)	São nove fotos numa casa antiga. A modelo aparece de pernas abertas e também em uma simulação de masturbação, além de estar quase sempre de olhos fechados e boca aberta, demonstrando prazer e gozo.
Capa (ensaio)	São dezesseis fotos, numa praia de Pernambuco. Neste ensaio, as marcas regionais são valorizadas. A modelo não está de pernas abertas, seu rosto é valorizado, e também tem destaque sua região pubiana.
“Delícia do mês” (ensaio)	São dez fotos onde o rosto da modelo não é valorizado, com praia e areia como temas. A vulva da modelo é mais valorizada neste ensaio, além de uma foto com a perna aberta.
Entrevista (“O sentido da vida segundo...”)	Cantor Humberto Gessinger, a respeito de sua trajetória pessoal, sua personalidade e temperamento, e o regionalismo gaúcho.
Propagandas publicitárias	Ao todo: 20 – Com ‘teor sexual’: 3
Consumo	Sugestões de comidas e bebidas para o Dia dos Namorados, cintos masculinos, novidades em comidas, cigarros, cachaças e bares de São Paulo.



SEXY Junho de 2005 – Edição 306

SEXY Julho de 2005 – Edição 307

Carta do Editor (principais idéias)	Uma banda de rock traz tudo o que um homem precisa e quer: fama, dinheiro e muitas mulheres. A questão da política nacional aparece, sobretudo para divertir, através dos comentários irônicos do editor. Numa “ode à bunda”, o editor salienta as preferências masculinas mais importantes e que, obviamente, a Sexy contempla.
Chamadas de capa (gênero e sexualidade)	“Ô loco, meu! Aline Pyrrho, a bailarina mais gostosa do Faustão!” “Como conseguir sexo, fama e dinheiro (os astros do rock ensinam)”. “Com a ex é mais gostoso: cinco homens explicam por que”. “Teste: você pega mulher com o seu Q.I.?”
Concepção da revista (homens e mulheres)	4 homens e 1 mulher
E-mails dos leitores	Homens: 14 Pedidos: 8 Elogios: 5 Mulheres: 0 Críticas: 3
Dúvidas Masculinas (“Arianne Responde”)	Uma mulher pergunta sobre a relação entre seu namorado e a ex do mesmo. Como pedir uma garota para fazer sexo oral sem ser grosseiro. Como administrar uma amante exigente sem deixar a esposa.
“Coisa de Mulher”	“As sujeiras que os homens fazem: higiene já!” – Arianne Brogini
Matérias sobre sexualidade	“Manual do Rock’N’Roll” – Walterson Sardenberg S ^o “Com a ex é mais gostoso” – Lídice Bá
“Lançamento Nacional” (ensaio)	São oito fotos, feitas em um quarto. Em uma foto a modelo está de quatro, e sua região pubiana, especialmente as nádegas, são valorizadas.
Capa (ensaio)	São vinte fotos, feitas em uma casa de praia. O rosto da modelo é privilegiado, em conjunto com a região pubiana, nádegas e seus pés também ganharam destaque.
“Delícia do mês” (ensaio)	São nove fotos, em um quarto de motel com tons vermelhos. A modelo usa lingerie, e seus pés estão em destaque. De maneira mais discreta, a modelo também fica de pernas abertas.
Entrevista (“O sentido da vida segundo...”)	Cantor Ed Motta, a respeito das suas preferências musicais e sua carreira como cantor e sobre bebidas.
Propagandas publicitárias	Ao todo: 16 – Com ‘teor sexual’: 3
Consumo	Ipods, bebidas, vinhos e bares, gel para o cabelo e ferramentas.

SEXY Agosto de 2005 – Edição 308

Carta do Editor (principais idéias)	Numa citação inicial de Nietzsche, o editor procura mostrar que a revista pensa diferente e que o diferente sempre é melhor, já que a revista apresenta um estilo brilhante e inovador. O tema da política nacional aparece novamente, sempre com ironia, através do conceito de “estilo Lula de administração”.
Chamadas de capa (gênero e sexualidade)	“Ela voltou! Nana Gouvêa: agora mais turbinada!” “Chupadas no pescoço? Arranhões nas costas? Cara de ressaca? Nós resolvemos tudo!”
Concepção da revista (homens e mulheres)	3 homens e 2 mulheres
E-mails dos leitores	Homens: 13 Pedidos: 5 Elogios: 6 Mulheres: 0 Críticas: 4
Dúvidas Masculinas “(Arianne Responde)”	Um rapaz nunca beijou na boca e pergunta se é normal ou não. Elogio à Arianne, e pergunta quando ela vai sair na revista. Um rapaz quer “amansar” sua namorada ciumenta, sendo ele fiel.
“Coisa de Mulher”	“Perigo Vermelho: entenda o que é TPM e aprenda como dar o chapéu na chatonilda” – Roberta Cardoso
Matérias sobre sexualidade	*****
“Lançamento Nacional” (ensaio)	São nove fotos em uma casa com vista para o mar. A modelo não posa de pernas abertas, mas seus seios e nádegas são bastante valorizados.
Capa (ensaio)	São treze fotos em um cenário que lembra o Oriente, por isso a utilização de sedas, almofadas, chafariz, entre outras coisas. A modelo não está de pernas abertas, mas simula de maneira leve uma masturbação.
“Delícia do mês” (ensaio)	São dez fotos em uma suíte de motel, e as poses são mais ousadas, com pernas abertas e nádegas para cima.
Entrevista (“O sentido da vida segundo...”)	Cozinheiro Olivier Anquier, sobre vaidade e sua trajetória como DJ, modelo e cozinheiro e o assédio das mulheres.
Propagandas publicitárias	Ao todo: 16 – Com ‘teor sexual: 1
Consumo	Experimentação de cachaças, lançamento de cervejas e outras bebidas, comidas e petiscos, bares e duas páginas com produtos para cuidado pessoal, cremes, loções, tira-odores, etc.

SEXO ▶ MULHERES ▶ HUMOR ▶ MODA ▶ CARROS ▶ VIAGEM ▶ FUTEBOL

Sexy

A REVISTA QUE ENTENDE A CABEÇA

RD
Rickdani
AGOSTO 2005
R\$ 3,90
DESCOBRIR
PARA MEMÓRIAS
DE 18 ANOS

ISSN 0100-4700

ELA VOLTOU!
NANA GOUVÊA
AGORA MAIS TURBINADA!

FAÇA TUDO MELHOR!
APRENDA A TROCAR TORNEIRA, FAZER VODU, VIRAR PAPA, BATER FALTA, DANÇAR SALSA... E CONTAR PIADAS!

CHUPADAS NO PESCOÇO? ARRANHÕES NAS COSTAS? CARA DE RESSACA? NÓS RESOLVEMOS TUDO!

ESPORTES RADICAIS
ONDE E COMO FAZER TREKKING, MOUNTAIN BIKE, RAFTING, RAPEL E KITESURFE!

MALTE X CANA
UM ESCOCÊS LEGÍTIMO TESTA NOSSAS CACHAÇAS

E MAIS:
▶ NU-JAZZ ▶ PAMELA ANDERSON
▶ E ABSOLUTAMENTE NADA SOBRE MENSALÃO!

SEXY Setembro de 2005 – Edição 309

Carta do Editor (principais idéias)	Com apenas uma referência irônica à política nacional, o editor desta vez diminui o tom irônico para anunciar duas importantes contratações profissionais. São duas mulheres, e uma delas, inclusive, trabalhou na “concorrente” durante dezessete anos produzindo os melhores ensaios fotográficos. Dando as boas vindas às novas colegas de trabalho, o editor salienta os projetos futuros da revista: além de ser a melhor, a Sexy quer ser a maior revista masculina do Brasil.
Chamadas de capa (gênero e sexualidade)	“Luciana Coutinho: quem vai jogar a toalha é você!” “Aprenda a ser macho: os 22 caras mais durões do cinema!”
Concepção da revista (homens e mulheres)	3 homens
E-mails dos leitores	Homens: 12 Pedidos: 3 Elogios: 7 Mulheres: 1 Críticas: 4
Dúvidas Masculinas (“Arianne Responde”)	Um rapaz quer conciliar sua excitação por travestis e outras fantasias sexuais e a manutenção do casamento. Um rapaz não sabe o que fazer para conciliar a ex namorada, a atual e secretária do advogado.
“Coisa de Mulher”	“A cueca derruba e nem precisa ser do PT: roupa íntima desleixada te deixa em maus lençóis” – Arianne Brogini “Pequeno dicionário feminino: incursão pela cifrada cabeça feminina”
Matérias sobre sexualidade	“22 durões do cinema – Aprenda com eles, mané!”
“Lançamento Nacional” (ensaio)	São oito fotos, sendo uma com roupa. Os tons do ensaio são em vermelho, e a modelo aparece numa posição de nádegas para cima, mas sua vulva praticamente não aparece.
Capa (ensaio)	São quatorze fotos feitas em uma praia, sobretudo na água. O ensaio apresenta três fotos em preto e branco, sem pernas abertas. A modelo quase sempre está deitada na areia ou boiando na água.
“Delícia do mês” (ensaio)	São nove fotos numa casa em uma floresta. As fotos privilegiam a vulva da modelo, sendo uma foto de perna aberta. Seu rosto também é valorizado.
Entrevista (“O sentido da vida segundo...”)	Rivelino, a respeito do futebol brasileiro e sua situação atual, conjuntamente à atuação da imprensa.
Propagandas publicitárias	Ao todo: 17 – Com ‘teor sexual’: 3
Consumo	Experimentação de vinhos de países variados, bares, bebidas, comidas e petiscos, charutos, produtos tecnológicos, xampus para cabelos e roupas da São Paulo Fashion Week (primavera/verão).

▶ SEXO ▶ MULHERES ▶ HUMOR ▶ MODA ▶ CARROS ▶ CERVEJA ▶ VIAGEM ▶ FUTEBOL

Sexy

A REVISTA QUE ENTENDE A CABEÇA DO HOMEM

Rickdan
 SETEMBRO/05
 ED. 309 R\$ 9,90
 DESACONSELHÁVEL
 PARA MENORES
 DE 18 ANOS

ISSN 010-41800

**LUCIANA
COUTINHO**
 QUEM VAI JOGAR A TOALHA É VOCÊ!

**NOITES
DO SERTÃO**
 BALADA, AVENTURA E TURISMO
 NO CORAÇÃO DO PIAUÍ

**APRENDA A
SER MACHO!**
 OS 22 CARAS MAIS DURÕES DO CINEMA

MONDO VINO
 10 VINHOS DOS PAÍSES MAIS
 IMPROVÁVEIS: ÁUSTRIA,
 HUNGRIA, ISRAEL, SUIÇA ETC.

CARROS
 "OFF-ROADS URBANOS"
 PARA ENFRENTAR A
 BURAQUEIRA NA CIDADE

E MAIS:
 ▶ FLIP ▶ ODAIR JOSÉ
 ▶ RIVELLINO ▶ E OS LUGARES
 MAIS ESQUISITOS DO MUNDO



SEXY Setembro de 2005 – Edição 309



SEXY Outubro de 2005 – Edição 310

A REVISTA QUE ENTENDE A CABEÇA DO HOMEM

SEXY

RD
Rickdan

NOVEMBRO 2005 R\$ 3,11 R\$ 10,90
DESCONSELHADA PARA MENORES DE 18 ANOS

ISSN: 010-4110-0000

QUE SACANAGEM!
SEXY DESNUDA OS BASTIDORES DO CONGRESSO NACIONAL

TESTE DO ORGASMO
VOCÊ FAZ A MULHERADA CHEGAR LÁ? TEM CERTEZA DISSO?!

QUE LURDINHA, QUE NADA!
CISSA GUIMARÃES
O MELHOR DA "AMÉRICA"

MODA HIP HOP
AÍ, MANO, SÓ ROUPA DA HORA, CERTO?

BAIXA GASTRONOMIA
O MELHOR DA COMIDA DE BOTECO (DO "ATOLADO DE BODE" A "COISA RIDÍCULA")

ANTES DA NOVELA JÁ TINHA NO CINEMA
CONHEÇA O FAROESTE
MADE IN BRAZIL

ARREBENTANDO EM NOVA YORK!
OS BARES MAIS DESCOLADOS PARA PEGAR MULHERES (E BEBER, É CLARO...)

E MAIS:
 ▶ PEDRO JUAN GUTIÉRREZ
 ▶ FERNANDO MEIRELLES
 ▶ GUERRA DOS MUNDOS
 ▶ O LIVRO "VERMEIO" DO LULA

A REVISTA QUE ENTENDE O HOMEM

Sexy

DEZEMBRO 2005 ED. 312 R\$ 10,90
DESCONSELHÁVEL PARA MENORES DE 18 ANOS

MARISOL RIBEIRO
A "Kerry" de "América"
E TEM CARA QUE PREFERE O ZECA...

VAMOS A LA PLAYA!
BERMUDAS E CHINELOS PARA VOCÊ FAZER BONITO NA AREIA

NOITE FELIZ!
COMO PEGAR MULHER NA FESTA DE NATAL DA FIRMA

COMPROVAMOS!
OS MELHORES ESPUMANTES DO MUNDO ESTÃO NA SERRA GAÚCHA

Cool do Mundo 2005
UMA RETROSPECTIVA DESCOLADA COM OS MELHORES FILMES, FRASES, DISCOS, GAMES ETC. ETC. ETC.

VOCÊ QUER UMA AMANTE?
NÓS ENSIAMOS COMO ENCONTRÁ-LA E MANTÊ-LA (NA MAIOR DISCRIÇÃO...)

ENTREVISTA
LOBÃO
"É MAIS PERIGOSO DESAFIAR A INDÚSTRIA FONOGRAFICA DO QUE TER UMA OVERDOSE DE COCAÍNA"

E MAIS:
KING KONG
SAMBA-ROCK
AGE OF EMPIRES III
LUISA MELL

SEXY Dezembro de 2005 – Edição 312

APÊNDICE B – Fotos envolvendo o universo infanto-juvenil



