

# Sexualidad, Salud y Sociedad

REVISTA LATINOAMERICANA

ISSN 1984-6487 / n.7 - abr. 2011 - pp.9-43 / Ramos, J. S. / [www.sexualidadsaludysociedad.org](http://www.sexualidadsaludysociedad.org)

## Dilemas da masculinidade em comunidades de leitores da revista *Men's Health*

### Jair de Souza Ramos

Professor adjunto  
PPGA/GSO - Universidade Federal Fluminense  
Rio de Janeiro, Brasil

> [jota.souza.ramos@gmail.com](mailto:jota.souza.ramos@gmail.com)

**Resumo:** Neste artigo, analiso as representações sobre masculinidade e cuidado de si em comunidades de leitores da revista *Men's Health*. Com base na análise de tópicos e postagens em comunidades *online*, abordo desde as tensões em torno da oposição homossexual / heterossexual na autodefinição dos leitores, até a ênfase em um corpo concebido, a um só tempo, como saudável e masculino. Meu objetivo é examinar a construção de uma imagem de si masculina entre estes leitores, que se valem de temas, problemas e técnicas de si que estão presentes na revista, mas, sobretudo, além dela, e que dizem respeito a um determinado estilo de masculinidade, em que a expressão de si através da exposição do corpo desempenha um papel primordial.

**Palavras-chave:** antropologia do corpo; sexualidade; cybercultura; redes sociais

### **Dilemas de la masculinidad en comunidades de lectores de la revista Men's Health**

**Resumen:** Este artículo discute representaciones sobre masculinidad y cuidado de sí en comunidades de lectores de la revista *Men's Health*. Basado en el análisis de tópicos y *posts* en comunidades *online*, se analizan cuestiones como las tensiones en torno de la oposición homosexual/heterossexual tal como la definen los propios lectores, y el énfasis puesto en un cuerpo al mismo tiempo concebido como saludable y masculino. Se busca examinar la construcción de una imagen de sí masculina entre estos lectores, que se valen de temas, problemas y técnicas de sí presentes no sólo en la revista, referidos a un determinado estilo de masculinidad en el que desempeña un papel primordial la expresión de sí a través de la exposición del cuerpo.

**Palabras-clave:** antropología del cuerpo; sexualidad; cybercultura; redes sociales

### **Dilemmas of masculinity among Men's Health magazine readers**

**Abstract:** This article discusses representations of masculinity and care of the self in an online community of *Men's Health* magazine readers. Based on the analysis of topics and posts in virtual communities, this article interrogates issues such as the tensions around the opposition homosexual / heterosexual in readers' self-definitions, and the focus on a body designed as healthy and manly. The goal is to address the construction of a masculine self-image among those readers, drawing on themes, problems and techniques of the self that are present in the magazine, but especially beyond, which relates to a particular style of masculinity where self expression by means of body exposure plays a crucial role.

**Keywords:** Anthropology of the body; sexuality; cyber culture; social networks

## Introdução

A revista *Men's Health*, publicada com periodicidade mensal pela Editora Abril, é a franquia brasileira de uma publicação presente em vários países. Tem distribuição nacional e seu primeiro número é de abril de 2006. Seu público-alvo é composto por homens entre 18 e 34 anos, das classes A e B. Segundo seus editores, é uma publicação presente em mais de 40 países, com 37 edições e 18 milhões de leitores, o que a constitui como “a maior revista masculina do mundo”. É apresentada como “o instrumento fundamental para o homem que busca qualidade de vida e equilíbrio entre trabalho e vida pessoal. *Men's Health* é uma revista de estilo de vida, que trata de forma prática e objetiva dos temas para o bem-estar do homem moderno, como saúde, *fitness*, nutrição, relacionamento, sexo, estilo e carreira”.<sup>1</sup>

Em torno da leitura e do debate dos temas abordados pela revista, foram constituídas *comunidades* na rede social *Orkut*. Em março de 2009, pude contar 20 dessas *comunidades*. A maior delas com 18.934 membros e a menor com um único membro.

Na maior delas, podemos encontrar o seguinte texto de apresentação:

A Revista do homem que se cuida e da mulher que cuida do seu homem. Mude seu corpo. Mude sua vida. Espaço dedicado aos leitores da edição brasileira da *Men's Health*. Dúvidas, comentários, opiniões e críticas serão bem-vindas!<sup>2</sup>

Esta apresentação, claramente inspirada nas peças publicitárias da revista, se repete em algumas outras *comunidades*, especialmente as com maior número de membros. Nesse sentido, fica clara a intenção dos *donos* em fazer das *comunida-*

---

1 Segundo o site <http://www.assineabril.com.br/assinar/revista-mens-health/>. Acessado em 10/01/2009.

2 Segundo o site <http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=40461595>. Acessado em 10/01/2009.

des um lugar de reverberação e debate dos temas da revista. Contudo, minha observação mostra que a interação estabelecida por meio dos *posts* e da abertura de *tópicos* entre os *membros* da *comunidade* vai muito além desse efeito. Buscando escapar dos polos extremos que ora tomam o consumo das *revistas de comportamento* como expressão de um comportamento previamente construído a partir de determinações de classe e gênero, ora como produto direto da imposição de um estilo de vida através da publicidade, meu objetivo é entender a interação nestas *comunidades* como espaço de elaboração de uma imagem de eu e de uma imagem de nós que tem como eixo central a construção de uma determinada performance de masculinidade fortemente ancorada em um *corpo trabalhado* pela ginástica e pela alimentação. E essa elaboração não está, de modo algum, isenta de conflitos e até da crítica à própria revista por parte dos *membros* das *comunidades*.

Assim, a partir da análise de tópicos e postagens em algumas destas *comunidades* virtuais, será possível abordar desde as tensões em torno da oposição heterossexual / homossexual na autodefinição dos leitores da revista, até a ênfase na construção de um corpo concebido, a um só tempo, como saudável e masculino. O objetivo deste artigo não é examinar a representação de masculinidade expressa na revista, mas, ao contrário, abordar a construção de uma imagem de si masculina entre os leitores, a partir de temas, problemas e técnicas de si que estão presentes na revista, mas, sobretudo, além dela, e que dizem respeito a um determinado estilo de masculinidade, em que a imagem de si construída através do corpo desempenha um papel primordial.

### Comunidades virtuais e estilos de masculinidade

Comunidades virtuais constituem uma forma de sociabilidade que é fruto da intensificação da comunicação mediada por computador no final do século XX.<sup>3</sup> Tomando a definição clássica de espaço como a distância entre dois pontos, as redes de computadores formam um espaço virtual – ciberespaço – no qual se desenvolvem interações sociais, entre elas as *comunidades virtuais*. Essa contiguidade espacial virtual torna possível o desenvolvimento de relações afetivas e de interesse

---

3 A comunicação mediada por computador designa, de forma geral, o conjunto de usos e possibilidades abertas na comunicação entre pessoas através do emprego de microcomputadores organizados em redes. Os usos são variados e estão em constante transformação. Basicamente eles permitem a comunicação envolvendo voz, música, fotos, filmes, imagens, textos escritos e ícones. Ela resulta em produtos tais como: correio eletrônico, blog, videoblogs, listas de discussão, redes sociais, videoconferências etc. Para um apanhado geral do conceito de comunicação mediada por computador, ainda que ultrapassado quanto aos seus usos, ver Romiszowski, A. & Mason, R. (1996).

estruturadas em torno de toda a sorte de temas, tendo por base a proximidade intelectual e emocional dos agentes. Uma ressalva importante é que ao termo *comunidade* frequentemente são associados sentidos de homogeneidade e harmonia afetivas e intelectuais, quando, de fato, a marca das relações afetivas é a ambiguidade, de modo que quanto mais intensa a proximidade afetiva, maior a tensão e os conflitos entre os agentes (Elias, 1980).

Uma das características fundamentais desse tipo de sociabilidade é o fato de que ela torna mais preeminente os aspectos simbólicos da interação. Vejamos isto com mais detalhe. Em *A representação do eu na vida cotidiana*, Goffman estabelece a distinção entre a expressão que o indivíduo transmite, “que abrange os símbolos verbais, ou seus substitutos, que ele usa propositadamente [...] para veicular a informação que ele e outros sabem estar ligadas a esses símbolos”, e a expressão que o indivíduo emite, “que inclui uma gama de ações que os outros podem considerar sintomáticas do ator”, que lhes permitem avaliar o indivíduo para além daquilo que ele quer intencional e controladamente exprimir (Goffman, 1975:12). Essa distinção baseia-se no fato de que nem todas as ações envolvidas na interação são produzidas de forma intencionalmente significativa, ainda que possam ser concebidas como portadoras de significado pelo interlocutor. Como exemplo, a chamada “linguagem corporal” pode escapar ao controle do próprio agente em sua interação, expressando significados que contradizem seu próprio discurso.

No caso da comunicação mediada por computador, essa distinção permanece, mas por sobre a impressão que o agente emite há uma preeminência da impressão que o agente transmite através de símbolos conscientemente escolhidos. Isto nos permite abordar a comunicação travada nas comunidades de leitores como expressivas da constituição de estilos de masculinidade, evidenciando o modo como são estabelecidas as distinções entre indivíduos e o modo como grupos são formados em torno do partilhamento de aspectos comportamentais, expressos geralmente sob a forma de padrões de consumo. Nesse sentido, um estilo de vida é aqui entendido como um conjunto característico de comportamentos por meio dos quais os agentes expressam significados e constituem, ao mesmo tempo, sua distinção e sua autoidentificação.

A abordagem da masculinidade em termos de **estilo** oferece algumas contribuições que me parecem significativas. Em primeiro lugar, ela permite remover o obstáculo representado pela tendência essencialista que leva a pensar a masculinidade como algo homogêneo, para além das diferenças de classe, raça, históricas e culturais. O trabalho sobre os estilos nos reenvia, necessariamente, à pluralidade das masculinidades, já evidenciada nas abordagens contemporâneas do tema (Vale de Almeida, 2001; Cornwall & Lindisfarne, 1994) e por meio do exame histórico e etnográfico de diferentes experiências e definições de masculinidade.

Contudo, a perspectiva de uma pluralidade de estilos de masculinidade não deve ser vista simplesmente como um conjunto de possibilidades equivalentes. Ao contrário, essa mesma literatura abordou, a partir de conceitos como **masculinidade hegemônica**, **masculinidade subalterna** e **masculinidade desviante** (Connel, R.W., 2003; Connel & Messerschmidt, 2005), as relações de poder envolvidas na atribuição e na autoatribuição da masculinidade, especialmente dos conteúdos homofóbicos e misóginos envolvidos na constituição de uma masculinidade heterossexual hegemônica. Nesse sentido, é particularmente interessante observar o modo como parcela dos membros das comunidades de leitores lida com o fato de que, apesar de ser uma publicação dirigida explicitamente para um público heterossexual, a *Men's Health* conta em seu público leitor com um grande contingente de homossexuais. E mais do que isso, com o fato de que a escolha pela exposição na capa e nas páginas centrais de corpos masculinos *trabalhados* pela ginástica e pela alimentação constitui a revista com um objeto portador do *perigo* simbólico da homossexualidade que ameaça a performance da masculinidade heterossexual.

Em segundo lugar, abordar as representações sobre masculinidade da perspectiva do *estilo* implica tomar a masculinidade como algo construído, explicitando seus aspectos performativos de simbolização da identidade, o que nos permite levar a sério a classificação nativa da *Men's Health* como *revista de comportamento*, isto é, como publicação cujo objetivo principal é oferecer ao leitor padrões de beleza, modos de vida e consumo e identidade visual, expressivas de uma identidade que eles querem transmitir.

### **Algumas considerações teórico-metodológicas sobre norma, risco e construção relacional da masculinidade**

Meu interesse pela *Men's health* nasceu de uma comparação que levei a cabo anteriormente entre determinadas revistas masculinas e revistas femininas publicadas no Brasil. Nessa comparação, as revistas masculinas tradicionais, penso em *Playboy* e *Sexy*, por exemplo, colocam o leitor na condição de sujeito de desejo diante de corpos femininos. No caso das revistas femininas, penso em *Nova* e *Marie Claire*, por exemplo, a leitora é colocada na condição de um sujeito que, em face dos corpos femininos expostos na revista e das múltiplas enquetes e recomendações que se legitimam com base na preocupação com a *saúde*, deve se enxergar e agir sobre si, tornando o seu próprio corpo objeto de uma intervenção. Em resumo, a revista masculina funcionaria como um suporte para a objetivação do desejo masculino, no qual outro corpo é constituído como objeto, ao passo que a revista feminina funciona como suporte para o assujeitamento do corpo feminino, na medida em que são os corpos das próprias leitoras que são definidos como objeto

último da revista, a partir dos binômio risco-normalidade e doença-saúde.

Uma característica fundamental das revistas femininas, tomadas aqui como tipo-ideal, é a abundância de fotografias do corpo feminino que expressariam saúde e beleza. Ao mesmo tempo, estas imagens exemplares são acompanhadas de narrativas e testes cujo objeto é instruir e aferir a adequação dos corpos das leitoras a estes ideais de beleza e saúde. Mas há ainda outro termo nesta equação: corpos e narrativas não são apenas apresentados como ideais e desejáveis, mas também como aquilo que se contrapõe a comportamentos de risco que ameaçam a saúde e outros aspectos da vida, como a carreira ou a felicidade, por exemplo. Nesses termos, a construção destes corpos aparentemente saudáveis seria, ao mesmo tempo, a luta contra comportamentos associados à doença e ao risco.

Esta oposição ideal-típica entre revistas masculinas e femininas me permitiu abordar a chegada da revista *Men's health* no Brasil como uma novidade: uma revista masculina que oferece ao leitor técnicas de assujeitamento por meio da ênfase na construção de um corpo saudável.

Evidentemente, a revista *Men's health*, ela mesma, não é nenhuma novidade. Lançada em 1987 nos Estados Unidos pela editora Rodale Press, dona de outros títulos importantes na área da *qualidade de vida*, a revista foi apresentada inicialmente como orientada à saúde masculina, pouco depois assumiu o formato atual, que é o de *uma revista de estilo de vida* orientada a um público heterossexual masculino. Ao longo dos anos 1990, a revista ganhou público nos Estados Unidos e se expandiu internacionalmente, e hoje ela é uma das revistas masculinas mais vendidas no mundo com 38 edições nacionais em cinco continentes e cerca de 12 milhões de leitores mensais. Ao contrário das revistas masculinas então existentes, a *Men's Health* foi criada com o propósito de abordar questões emocionais, bem como *fitness*, saúde, higiene, *stress*, família, moda, nutrição, relacionamentos, viagem, tecnologia e finanças e estilo. A rigor, ela inicialmente fez sucesso centrada na abordagem da ginástica, mas depois de uma queda de vendas no final dos anos 1990, ela abriu seu foco de temas, aproximando-se do tipo de amplitude temática presente nas revistas femininas. A aproximação ao feminismo e a uma abordagem feminista dos estilos de vida revela-se, por exemplo, no fato de que quando a revista publica fotos sensuais de mulheres, estas são acompanhadas de informações sobre como criar um relacionamento mais gratificante e uma vida sexual saudável, articulando sexo e relacionamento<sup>4</sup>.

Definida minha hipótese inicial, havia um obstáculo que me interessava remover: a abordagem dos modos de constituição de gêneros a partir tão somente

---

4 Ver <http://www.magsdirect.com/menshealth-magazine.html>. Acessado em 22/08/2009.

dos discursos e das imagens veiculados em revistas, livros e filmes, sem levar em consideração o modo como estes discursos e estas imagens são interpretados pelos leitores e tomados como um entre os possíveis motivos de uma ação sobre si. Como antropólogo, interessa-me especialmente o modo como os agentes atribuem significados às práticas. Nesse sentido, parece-me necessário passar de uma análise dos discursos para uma análise da recepção e da interpretação desses discursos, interessada em conhecer o modo como as pessoas leem e como elas se apropriam daquilo que leem.

Para isso, o ciberespaço representa um campo bastante fértil, pois um dos problemas centrais de uma sociologia da recepção é o custo de examinar uma população espacialmente dispersa. Quando se trabalha com a emissão, é possível estudar um objeto facilmente delimitável, a revista; ou um espaço físico específico, como a redação. Quando se trabalha sobre os receptores, lidamos com a dispersão. Dispersão enfrentada com o recurso a técnicas quantitativas, como os questionários que a revista passa entre os leitores, e as pesquisas de público encomendadas pela revista ou por anunciantes. Técnicas estas, com frequência fora do alcance de um pesquisador científico, seja nos meios para realizar algo equivalente, seja na possibilidade de trabalhar sobre os resultados das pesquisas feitas por instituições, dada a preocupação com o sigilo comercial das informações. Nesse sentido, o advento do espaço constituído pela internet representa uma alternativa muito interessante, na medida em que reúne em um espaço *online* materialmente abordável pelo pesquisador um conjunto de agentes sociais que estão dispersos ao longo de um amplo espaço físico.

Nestes termos, meu objetivo foi trabalhar sobre as representações sobre a revista, mas mais especificamente sobre as técnicas de si descritas pelos participantes da comunidade, isto é, a descrição de modos de agir sobre si com base naquilo que é exposto na revista.

Em relação à hipótese inicial, a observação das postagens introduziu algumas diferenças importantes. A mais importante delas é que o investimento que essas pessoas, e são majoritariamente homens, estão fazendo não é em torno de construir um corpo a partir de uma perspectiva de prevenir riscos à saúde. A construção do corpo é feita de uma perspectiva da produção de um símbolo que é, ao mesmo tempo, parte da agência daqueles agentes,<sup>5</sup> e essa produção envolve técnicas que eles descrevem e prescrevem e que se caracterizam por impor riscos à saúde. É o caso, por exemplo, do uso e da recomendação de esteróides anabolizan-

---

5 Ver Reischer, Erica & Koo, Kathryn S. 2004. "The body beautiful: Symbolism and Agency in the Social World". *Annu. Rev. Anthropol.*, 33:297-317.



tes, prática comum em academias de ginástica. Neste caso, está em jogo não uma prevenção do risco, mas uma administração do risco, com o desenvolvimento de um saber sobre a natureza e o uso destas substâncias. O mesmo ocorre em relação à intensidade e à forma dos exercícios, que envolvem um saber sobre os limites dos músculos e das articulações.

### **Primeiras aproximações à abordagem das comunidades de leitores da *Men's Health* no *Orkut*. Esboço de descrição morfológica**

O *Orkut* é definido por seus organizadores como “uma comunidade *on-line* criada para tornar a sua vida social e a de seus amigos mais ativa e estimulante”. Trata-se de uma *rede social* que permite a interação entre pessoas por meio de fotos, vídeos e mensagens escritas, trocados a partir de computadores que funcionam como pontos de uma rede, construindo assim, de fato, um espaço virtual de sociabilidade.

Entre as redes sociais de maior presença na internet, *My space*, *Facebook* e *Orkut*, esta última é a que tem maior penetração entre usuários brasileiros da internet. Segundo uma pesquisa encomendada pelo Google Brasil, cerca de 75% dos usuários de internet no Brasil acessaram o *Orkut* durante o mês de maio de 2009,<sup>6</sup> permanecendo logados, em média, 390 minutos no site *Orkut* nesse período. A mesma pesquisa revelou que 57% dos internautas brasileiros entram diariamente em redes sociais, um número acima da média mundial, que está em 31%. Os brasileiros representam ainda 51,15% dos usuários do *Orkut*.

Como já foi salientado em outros estudos realizados no *Orkut*, é particularmente difícil “fazer uma estimativa do perfil do público que usa o *Orkut*, através do levantamento de dados de idade, gênero, renda, escolaridade e profissão”, dadas as incertezas sobre os dados apresentados nos perfis (Rocha, 2007:16).<sup>7</sup> De modo que apresentarei aqui um esboço de estrutura social a partir do modo como a *comunidade* como unidade morfológica está organizada.

A participação nas *comunidades* do *Orkut* segue uma sequência determinada

---

6 Estas informações foram relatadas pelo jornal eletrônico especializado em tecnologia da informação *IDG now* em 29 de julho de 2009. Ver: <http://idgnow.uol.com.br/internet/2009/07/29/orkut-75-dos-internautas-brasileiros-acessam-rede-social-do-google/>. Como não foi tornada pública a metodologia da pesquisa, estes números devem ser tomados com cautela. Contudo, eles revelam bem tanto a presença dos internautas brasileiros no *Orkut* quanto a recorrência do acesso dos internautas brasileiros no *Orkut*.

7 Talvez o dado mais expressivo da inexatidão dos dados apresentados nos perfis do *Orkut* seja o fato de que a idade mínima para se ter um perfil é de 18 anos de idade, ao passo que é evidente a presença maciça de crianças e adolescentes entre os seus usuários.

de passos. Primeiro, a criação de uma conta de e-mail na empresa de serviços Google, que é a empresa responsável pelo *Orkut*. Em seguida, o usuário deve criar um *perfil*, que é uma página em formato html com suas informações pessoais. A partir daí ele pode associar o seu *perfil* a outros *perfis*, criando a sua *rede* de contatos. Um terceiro passo é, por fim, a entrada em *comunidades*.

A *comunidade* é criada por um usuário a partir de um tema de sua escolha e recebe um nome que expressa esta escolha. Os temas e os nomes são os mais variados. Uma vez criada, este usuário se torna o *dono* da comunidade. E a partir tanto da divulgação da existência da *comunidade* quanto da busca pelo tema, outros usuários visitam e se associam gradativamente à *comunidade*. Neste último caso, eles se tornam *membros* da *comunidade*. A possibilidade de visitar a comunidade sem ser usuário depende da sua definição como *aberta* ou *fechada* feita pelo seu *dono*. Se ela for *aberta*, será permitida a presença de visitantes, a eles sendo facultada a visualização dos *tópicos* e das *postagens* feitas na *comunidade* sem, no entanto, poderem *postar* ou criar *tópicos*. O *dono* da *comunidade* pode escolher alguns *membros* como *moderadores*, os quais têm poder para apagar *tópicos* e expulsar *membros* da *comunidade*.

Cabe uma observação sobre a pesquisa. As *comunidades* aqui estudadas são abertas, nesse sentido, eu as concebo como esfera pública, e foi deste ponto de vista que eu observei *posts* e *perfis*.

Cada *comunidade* possui uma página inicial, na qual são apresentados: o nome da *comunidade*, uma descrição de seus objetivos, um *avatar* – que é uma foto ou figura – que simboliza a *comunidade*, os *avatars* das *comunidades* relacionadas, os nomes do *dono* e dos *moderadores*, uma lista dos *tópicos* mais recentes, a *enquete* mais recente, e os *avatars* dos nove últimos membros a se filiarem à *comunidade*. Em princípio, todos os *perfis* dos membros de uma *comunidade* são acessíveis por um link presente na página inicial, porém, o *Orkut* limita a 1.000 os *avatars* que são mostrados. Isto se deve a uma limitação do espaço que uma *comunidade* pode ocupar nos servidores do Google.

O *tópico* é o principal mecanismo de interação na *comunidade*. Trata-se de uma página html, ou sequência de páginas, abertas por um usuário com uma pergunta ou um comentário, com o objetivo de que os outros usuários escrevam comentários ou respostas, os *posts*.

Existem quatro elementos que definem a intensidade da interação social nas *comunidades*. São elas: o número de *membros*; a duração e o número de *tópicos*; a quantidade de *posts*; e a recorrência da participação dos *membros* nos *tópicos*.

As comunidades concretas reúnem estes quatro elementos de forma variável. Se construíssemos uma análise combinatória com estes quatro elementos em duas posições (muito/pouco) teríamos logicamente 16 possibilidades, mas não é nosso

objetivo fazer isto aqui. Nesse momento, quero apenas oferecer ao leitor um quadro impressionista daquilo que podemos chamar de grande e pequeno na rede social do *Orkut*, de modo a permitir que os dados que vou apresentar a seguir acerca das *comunidades* de leitores da *Revista Men's Health* sejam compreendidos em seu contexto.

Começemos pelo tamanho. A maior *comunidade* do *Orkut* (*Eu odeio acordar cedo*) tinha cerca de 6 milhões de membros em meados de 2009. Estas e outras *comunidades* que têm acima de 1 milhão de membros, eu chamarei, por razões instrumentais, de **gigantes**. Já *comunidades* na casa dos milhares de membros, como a *RBD e Rebelde Original* (em que se reúnem espectadores da novela *Rebelde*, direcionada ao público adolescente), que contava com cerca de 330.000 *membros* em outubro de 2009, eu chamaria de **grande**. Em contrapartida, existem *comunidades* que não chegam a ter uma dezena de membros. As que eu vou examinar aqui tinham os seguintes números em outubro de 2009: *Revista Men's Health Brasil*, 16.663 membros; *Men's Health Brasil*, 8.066 membros; *Mens (sic) Health Brasil®*, 2.777 membros; e *Mens (sic) Health Brasil::Oficial*, 1.470 membros. As duas primeiras, eu classificaria como **médias**, e as duas últimas, **pequenas**. Dada a similaridade dos nomes, a partir daqui vou identificar as *comunidades* como A, B, C e D, respectivamente.

Os outros três elementos da análise combinatória – a duração e o número de *tópicos*; a relação entre o número de *membros* e a quantidade de *posts*; e a recorrência da participação dos *membros* nos *tópicos* – dizem respeito à participação dos membros na *comunidade*. E a correlação entre o número de membros e o número de *tópicos* e sua atualização com novas postagens pode servir de indicador da intensidade da interação em cada *comunidade* específica. É o exame desta correlação que vamos fazer em seguida.

Começemos pela *comunidade* A. Apesar de ter sido criada em outubro de 2007, os *tópicos* só foram iniciados em abril de 2009, de modo que a interação e a participação são muito recentes. Se observarmos as postagens e a abertura de *tópicos*, poderemos ver que o primeiro *tópico* aberto, destinado aos comentários sobre a edição de maio da revista, recebeu apenas seis postagens no espaço de um mês. Na contabilidade geral, temos cerca de 150 *tópicos* criados e atualizados entre 5 de abril e 15 de outubro, que receberam, no total, 1.189 postagens, o que representa uma média de cerca de 8 postagens por *tópico*. Estes números nos dão um indicador da relação entre número de *membros* e sua participação. Isto porque se cada postagem fosse a única de um *membro*, teríamos um total de 7,5% dos *membros* que postaram alguma vez, ao mesmo tempo em que teríamos uma baixíssima recorrência da participação destes. Assim, se temos alguma recorrência na participação, necessariamente temos uma redução do número de *membros* que

de fato participam. Em termos da recorrência, pude contabilizar 74 *membros* com mais de três postagens. Logo, o percentual daqueles *membros* que realmente postam não deve alcançar mais do que 3% do total da *comunidade*.

Todo este esforço de quantificação serve à relativização da importância do tamanho das comunidades no que diz respeito à intensidade da interação que ali se estabelece. Mais precisamente, se as postagens são concebidas pelo pesquisador como atos comunicacionais, elas são tão mais significativas lá onde a interação é mais intensa e não simplesmente onde há um grande número de *membros* que jamais se relacionam. Nesse sentido, é que minha escolha de análise dos *posts* recairá mais adiante sobre aqueles que foram produzidos em situações de maior intensidade de interação e pelos *membros* mais atuantes nas *comunidades*.

Por fim, esta é única das quatro *comunidades* a possuir *moderador* – que é um usuário com poderes para apagar *tópicos*, *posts* e expulsar *membros*, o que permite um maior controle sobre a interação.

Vejamos agora a *comunidade* B. Composta por 8.066 membros, ela foi fundada em abril de 2006, mas as postagens só começaram em março de 2007. Até outubro de 2009, a *comunidade* recebeu 115 *tópicos* com 3.137 postagens, o que dá uma média em torno de 27 postagens por *tópico*. Este é um indicador importante, porque o número médio de *posts* por *tópico* dá uma medida da interação entre os *membros*. De uma forma um tanto impressionista, eu diria que 27 é uma média alta. Em termos do ritmo das postagens, elas seguiram um ritmo mais ou menos estável em 2007 e 2008 e se intensificaram a partir do início de 2009. Pela relação direta entre número de *membros* e número de postagens, fica claro que a intensidade da participação e da interação é maior na *comunidade* B que na *comunidade* A. Em termos da recorrência, pude contabilizar em torno de 250 *membros* com mais de três postagens e o percentual dos que realmente postam fica em torno de 8%, o que indica tanto uma maior participação quanto uma maior intensidade da interação nessa *comunidade* em comparação com a anterior.

A *comunidade* C, que contava com 2.773 membros em outubro de 2009, foi criada em 28 maio de 2006 e as postagens se iniciaram no mesmo dia. Até outubro de 2009, a *comunidade* recebeu 240 *tópicos* com 2.061 *posts*, o que nos dá uma média aproximada de nove *posts* por *tópico*. Nesse sentido, a *comunidade* C aproxima-se da A em matéria de intensidade de interação. Em termos do ritmo das postagens, diferente das anteriores, elas se iniciaram já na criação da *comunidade*, em 2006, e seguiram de forma regular durante aquele ano. Intensificaram-se a partir de 2007, mantendo desde então um ritmo contínuo de abertura de *tópicos* e de postagens. Desta forma, a interação via postagens não é intensa, mas é contínua desde a criação da *comunidade*.

Um aspecto particular desta *comunidade* é a existência de um *tópico* intuitivo-

lado “COLOQUE O TEU MSN .....”, que foi criado em 19 de janeiro de 2009 e se mantém ativo até o presente momento (outubro de 2009) e que é o maior *tópico* da *comunidade*, com 198 postagens. Este tópico tem vários impactos específicos. Em primeiro lugar, ele é estruturado não exclusivamente, mas predominantemente, em torno da paquera homossexual. Voltarei a isto mais adiante. Em segundo lugar, ele representa quase 10% do total das postagens. Em terceiro lugar, este é um *tópico* em que cada *membro* posta, em geral, uma única vez; então, ele permite a definição de um universo de cerca de 190 *membros* que participam de fato e que são, na sua maioria, gays. Por fim, em termos da recorrência da participação, eu encontrei 203 membros que postaram ao menos três vezes. Entre aqueles envolvidos na paquera e os que postam de forma mais recorrente, contabilizei em torno de 30 nomes comuns. de modo que é possível dizer que o tópico da paquera tem um lugar à parte na *comunidade*. Tomando por referência o número dos dois conjuntos, temos então cerca de 13% de membros que participam de fato.

A quarta e última *comunidade* contava com 1.470 *membros* em outubro de 2009. Ela foi criada em maio de 2006, e seu primeiro tópico é de junho do mesmo ano. Até outubro de 2009, a *comunidade* recebeu 113 tópicos com 451 *posts*, o que nos dá uma média aproximada de quatro posts por tópico. Como podemos ver, esta é a média mais baixa em termos de intensidade da interação entre os *membros*. Em termos do ritmo das postagens, assim como na *comunidade C*, a postagem começou imediatamente à criação da *comunidade*, e prosseguiu de forma rarefeita, mas regular, até o início de 2009, quando então se acelerou e concentrou a maior parte dos *tópicos* criados. Pude contabilizar 49 *membros* com mais de três postagens, de modo que o percentual dos que realmente postaram ao menos uma vez fica em torno de 23%. Aqui temos aquela relação inversa entre participação e intensidade da interação que já comentei mais atrás, em que, a menos que o número de *posts* seja muitas vezes superior ao número total de membros, ou se tem a concentração da postagem em uma parcela dos membros – o que é indicador da intensidade da interação e do baixo percentual dos *membros* que de fato participam na *comunidade* – ou se tem a dispersão da postagem, e aí se estabelece a relação inversa.

Outro aspecto sobre a morfologia das *comunidades* é o modo como são apresentadas pelos seus *donos*. A *comunidade A*, por exemplo, traz o seguinte texto na sua descrição:

Bem-vindo(a)s à Maior comunidade da Revista Men's Health do Orkut

A Revista do homem que se cuida e da mulher que cuida do seu homem.

Mude seu corpo

Mude sua vida.

Espaço dedicado aos leitores da edição brasileira da Men's Health.<sup>8</sup>

Como podemos ver, o texto põe em destaque algo que procurei relativizar mais atrás, o número de *membros* da *comunidade*. Isto tem um efeito significativo no mecanismo de busca do próprio *Orkut*, uma vez que as maiores *comunidades* aparecem em primeiro lugar nas buscas. Além disso, podemos observar no texto três princípios apresentados aos possíveis novos *membros*: a heterossexualidade masculina; a articulação entre o cuidado do corpo e a constituição de um estilo de vida; e o partilhamento de uma condição comum, a de leitor da revista.

Além da descrição, a página de abertura da *comunidade* traz ainda um *avatar* que é, como no caso das outras três *comunidades*, uma reprodução da capa da revista *Men's Health*. No caso das *comunidades* A e B, esta foto é constantemente atualizada com a capa mais recente. Traz ainda os *avatars* e os links das *comunidades* relacionadas. São elas: BITTETTI COMBAT MMA – de apoio ao esporte de luta conhecido como *vale tudo*; Ultimate Fighting Championship – dedicada aos campeonatos de *vale tudo*; Boxe – Boxing; Revista *Women's Health* Brasil; e BOTECÃO Men's Health – dedicada a aprofundar laços de amizade desenvolvidos na *Comunidade* maior.<sup>9</sup>

Podemos observar aqui a ligação com as *comunidades* dedicadas a esportes de combate, mas isto não significa que a interação, a presença e a participação dos *membros* na *comunidade* sejam determinadas pelos princípios expostos na descrição ou pelas *comunidades relacionadas*. De fato, é necessário um trabalho muito intenso dos *moderadores* para que se defina um perfil específico de *membros*, *postagem*, interação e criação de *tópicos*. De um modo geral, é da própria interação que emergem padrões de comportamento e de representação, e não das características e das intenções dos *donos* ou *moderadores*. Nesse sentido, as *comunidades relacionadas* fornecem tão somente uma possível rede de usuários que podem se tornar *membros*.

A *comunidade* B, por sua vez é apresentada assim:

Mude seu corpo

Mude sua vida.

---

8 Capturado em 11/09/2009 no endereço <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=40461595>

9 Esta última é uma *comunidade* fechada, o que significa que seu acesso é exclusivo para *membros*, o que a excluiu desta pesquisa que aborda *comunidades* abertas.

Espaço dedicado aos leitores da edição brasileira da Men's Health.

Dúvidas, comentários, opiniões e críticas serão bem-vindas!<sup>10</sup>

Temos aqui a repetição de um dos *slogans* da revista, já comentado mais acima. O que há de novo em comparação com *comunidade A* é a ausência do tema da heterossexualidade. Em contrapartida, este tema aparece em outro lugar, nas *comunidades relacionadas*. Três delas são *comunidades* de leitores de revistas masculinas heterossexuais. São elas: Revista *VIP (Oficial)*; *Playboy Brasil*; e Revista *UM: Universo Masculino*. Além destas, temos duas *comunidades* de revistas femininas heterossexuais: Adoro a revista *Claudia* e Revista *Women's Health Brasil*. Por fim, temos duas *comunidades* ligadas à alimentação: Nutrição e Suplem Esportiva, e Alimentação saudável; e uma última, dos leitores da revista de amantes de futebol, *Placar*.

A seleção das *comunidades relacionadas* aqui é interessante. Ela aponta para uma centralidade da heterossexualidade que repousa não no masculino, mas no casal. Por outro lado, a referência à revista *Claudia* talvez indique as similaridades entre as revistas femininas de comportamento e a própria *Men's Health*, como eu supunha em minha hipótese inicial. De todo o modo, como já afirmei mais atrás, nem a *descrição* da *comunidade* e nem as *comunidades relacionadas* definem um padrão de *membros*, de interação ou de representações expressas.

A *comunidade C* é apresentada assim:

Web Gospel - Participe da Nossa Comunidade

Lançada há 18 anos, a revista Men's Health possui hoje mais de 40 edições ao redor do mundo, lidas por 16,5 milhões de homens. Agora, depois de uma longa espera, os brasileiros terão o prazer de ter uma revista própria. Essa comunidade foi criada com o propósito de interação entre os leitores da MH. Vamos aproveitar e discutir aqui assuntos da revista, como alimentação, exercícios, suplementos, dietas...

Aqui temos uma apresentação que não repete simplesmente os *slogans* da revista. Mas o que me parece mais relevante é a conexão com uma *comunidade* artístico-evangélica, a WebGospel, o que estabelece uma relação com determinadas preocupações éticas e morais. Talvez seja por isso que esta tenha sido a única *comunidade* em que encontramos um tópico sobre aborto, motivado por uma matéria da revista. Mas em que pese essa conexão religiosa, esta é a comunidade

---

10 Capturado em 11/09/2009 no endereço <http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=12435928>

na qual foi criado um tópico estruturado em torno da paquera homossexual e que funciona sem qualquer restrição até hoje.

Aqui, as *comunidades relacionadas* indicam um maior peso dos mais jovens. São elas: Gatos & Gatas®; Eu fico no orkut & ovo Musica; Nelly Furtado é Perfeita® – dedicada à cantora de mesmo nome; Colo Chiclete Em Cabelo Emo®;<sup>11</sup> e Faça acontecer – que é dedicada aos românticos. E, de fato, esta é a *comunidade* em que pude perceber a maior presença de pessoas com menos de 25 anos. E também onde a discussão a favor e contra a presença de homossexuais foi mais intensa.

Por fim, a comunidade D é apresentada assim:

Espaço dedicado a opiniões, críticas, elogios e comentários à Revista MENS (sic) HEALTH, e a tudo referente ao seu conteúdo, abordado na Revista ou em qualquer outro meio. Parabéns se você é assinante, leitor assíduo ou mesmo um apreciador ocasional, participe!

Novamente encontramos a intenção de repercutir a revista. Aqui, como na anterior, aparece uma representação de ação comunitária, isto é, uma ação que é baseada na crença do partilhamento de algo que unifica os agentes, no caso, a experiência de pôr em prática as *dicas* da revista.

O avatar é uma capa da última edição da revista e as *comunidades relacionadas* também expressam, como no caso da *comunidade B*, a heterossexualidade como referência. São três dedicadas às revistas masculinas heterossexuais: Revista VIP (Oficial); Revista TRIP; Revista UM: *Universo Masculino*; e Revista Playboy Especial, e uma dedicada a um desenho animado adulto cujo protagonista é um jovem sedutor: *City Hunters::Oficial*. Além destas, temos mais duas *comunidades* organizadas em torno de revistas: *Vejinha* e Revista *InfoExame*. Por fim, uma *comunidade* intitulada Adoro Paz e Sossego.

Como esta é a *comunidade* com menor interação, não é possível estabelecer relações entre as direções apontadas pela abertura da *comunidade* e os padrões de interação de fato desenvolvidos.

Para finalizar este esboço de morfologia, quero sublinhar alguns aspectos. Em primeiro lugar, existe presença concomitante de alguns *membros* em mais de uma *comunidade*. As *comunidades C* e *D*, por exemplo, são aquelas em que pude observar o maior número de *membros* comuns. Não cheguei a contabilizar esta concomitância, mas ela é indicadora, ainda mais, da intensidade da participação de

---

11 Estilo de comportamento jovem derivado da expressão *emotional hardcore* e que é marcado pela livre expressão das emoções nos shows de música, pelas roupas pretas e pele pálida da ausência de sol e por um corte de cabelo característico.



determinados *membros*. O segundo aspecto é a idade dos participantes. A revista *Men's health* é dirigida a um público na faixa dos 25 a 40 anos e eu diria, baseado na observação impressionista dos perfis, que algo em torno de 30% dos que postam tem menos de 20 anos de idade. De resto, isto é consistente com outro número apresentado pelos organizadores do *Orkut*, que indica que 57% dos usuários do serviço têm menos de 25 anos. O terceiro a ser ressaltado é que o universo off-line comum à maior parte dos *membros* participantes é o da academia de ginástica e/ou musculação. É em torno dessa experiência comum que é trocada a maior parte das informações e criada a maioria dos tópicos. O quarto e último aspecto é que entre os *membros* que de fato participam das *comunidades* a maioria esmagadora, a confiarmos nas autodescrições, é de homens.

### **As representações. Mais um esboço analítico**

Tendo esboçado a morfologia das *comunidades*, vou agora apresentar uma leitura de uma parcela dos discursos produzidos pelos *membros* em seus *posts*, enfocando os temas que são objeto de maior investimento discursivo e que me permitem examinar representações acerca de três temas principais: as técnicas de produção do corpo; o modo como se embaralham os registros heterossexual e homossexual de leitura da revista; e a constituição de novos estilos de masculinidade.

### **O trabalho sobre o corpo**

As técnicas de produção de uma determinada forma de corpo ocupam a maior parte dos tópicos nas quatro comunidades. Estas técnicas oscilam entre dois polos: a redução do percentual de gordura e o ganho de massa muscular. Para os que se concebem como “gordos”, os objetivos são a redução da cintura e a transformação da gordura em músculo. Já para os que se concebem como “magros”, há o esforço em ganhar peso e músculo. De todo o modo, para a maior parte dos *membros*, o ganho de massa muscular é o objetivo central. Nesse sentido, são várias as referências aos meios de se obter esse aumento, através da indicação tanto das *séries* de exercícios quanto dos suplementos alimentares que permitem o ganho protéico a ser *queimado* nas *séries*.

Em um tópico aberto na *comunidade A*, intitulado *emagrecer/crescer*, um *membro* – professor de história e de música e aparentando cerca de 30 anos – apresenta seu dilema:

É possível uma pessoa acima do peso tornar-se musculosa ou primeiro

ela terá que ter um treino voltado ao emagrecimento para somente depois treinar para hipertrofia? É possível conciliar as duas coisas? O uso de termogênicos aliados à Whey Protein é aconselhável?<sup>12</sup>

Este tópico recebeu 15 postagens ao longo de três meses. Este é o dobro da média da *comunidade*, ainda que não faça dele um dos mais concorridos. Ele revela o duplo objetivo: perder peso e ganhar massa muscular. O ideal seria passar de uma coisa a outra, transformando diretamente gordura em músculo, mas a experiência dos demais *membros* aponta a impossibilidade disso. Segundo este servidor público na área de contabilidade, 28 anos:

fica meio difícil falar na web, cara... já tive o mesmo problema que vc... cheguei a pesar 108 kg com 1,80 de altura... até tentei perder peso e ganhar massa ao mesmo tempo... mais acho que isso é um elefante branco... pra secar o abdome tive é que fazer dieta pra depois começar com um trabalho de hipertrofia... sei lá cara... antes menos massa e tudo no lugar do que fortão e não poder tirar a camisa na praia... ahsuahsuahsuahs todo mundo que conheço que tentou emagrecer e ganhar massa ao mesmo tempo não rolou não... porém o mais indicado é um profissional mesmo... briguei com o professor da academia quando me mandou fazer 6 refeições por dia e tomar suplementos porque achei que ia engordar... e hoje vejo que funcionou... hehehe.<sup>13</sup>

A passagem direta ao aumento do tamanho do músculo não é possível porque deve estar associada também à sua *definição*. E esta é uma das especificidades do modelo de corpo divulgado na *Men's Health*: um equilíbrio entre hipertrofia muscular e definição. E outro aspecto presente nas duas falas é o uso dos suplementos alimentares e, até mesmo, em determinados casos, dos esteróides anabolizantes. O moderador da *comunidade* – 25 anos – refere-se ironicamente a estes expedientes:

No fisiculturismo os caras tem duas fases: uma de crescer outra de riscar...

Na de crescer eles ficam muito grandes e sem definição nenhuma, mas “mi-lagrosamente” na fase de riscar eles realmente ficam riscados... agora no fisiculturismo nada é proibido... se é q tu me entende...

Eu particularmente te aconselho a conciliar musculação com aerobicos,

---

12 Capturado em 16/10/2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=40461595&tid=5363431593051333720&start=1>

13 Idem.

assim tu vai perdendo gordura ganhando tonicidade, dai mais pra frente tu começa um super treino de hipertrofia... te foca em perder a gordura e não te desleixa da musculação, aliado a uma dieta equilibrada...

Perseverança é a palavra chave.<sup>14</sup>

Temos então até aqui: a articulação obrigatória entre *crescer* e *riscar* – hipertrofia e definição – que exige que o emagrecimento preceda o ganho; a ênfase no controle da alimentação; a recorrência dos suplementos e o recurso aos anabolizantes; por fim, uma ética do esforço e da perseverança. Este último é um ponto fundamental, pois o esforço de produção de um corpo segundo determinados padrões de tamanho e definição é, ao mesmo tempo, o desenvolvimento de técnicas e recursos corporais. É produção de símbolo e de agência.

O equilíbrio entre *crescer* e *riscar* aparece particularmente naquele que é o principal investimento das técnicas de produção do corpo e das imagens de corpo presentes na revista *Men's Health*: o *abdômen tanquinho*.

Na comunidade B, um *membro* – 21 anos, estudante universitário, a quem chamarei Boné – abriu um tópico com este título, onde perguntava:

Fala galera...

Acredito q geral ker um abdomen definido... no estilo tanquinho e talz... mas consegui-lo eh meio complicado neh!hhsahsa... Entao axu q a gente podiar usar esse topico como meio de discussao pra galera dar os macetes e dicas neh... Como conseguir um tanquinho eh a pergunta! Eu particularmente nunca tive odio aos exercicios abdominais... shhsahsa.....mando bem neles... porem sempre fiz mtos sem carga, apenas akeles de resistencia e descobrir q esses nao servem mto pra definir. Agora venho fazendo com carga seja com halter ou na máquina... as vzs axu q meu abdomen tah definindo... outras vezes axu q nao eh sinistro... sahsahsa... enfim galera. ql a boa d vcs??? vm deixar as dicas ae pessoal!<sup>15</sup>

Este tópico recebeu 118 postagens entre dezembro de 2007 e dezembro de 2008. Foi um dos mais concorridos dessa *comunidade*, ultrapassando quatro vezes e meia a sua média de postagens, que é de 27 *posts* por tópico.

Como podemos ver, a busca de dicas é feita com base em uma experiência e

---

14 Capturado em 16/10/2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=40461595&tid=5363431593051333720&start=1>

15 Capturado em 16/10/2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=12435928&tid=2572507171310424245&kw=tanquinho&na=1&nst=1>

conhecimentos prévios. Cada um dos envolvidos na interação tem algum grau de informação e de prática do exercício físico e de seus efeitos, e é a partir daí que leem a *Men's Health*. Isto tem um impacto importante na análise, pois significa que a revista não oferece apenas modelos de corpo, mas se inscreve ela mesma em práticas prévias de construção do corpo, para as quais fornece, além de modelos, informação. Em outras palavras, a revista é consumida como parte de uma agência mais ampla de construção do corpo.

E é parte dessa agência, como chamei a atenção mais atrás, certa ética do esforço. Assim, quando confrontado com a possibilidade do recurso à lipoaspiração, um *membro* – aparentando pouco mais de 20 anos e que chamarei Onofre – afirma:

Cirurgia acho que não é o caso não... pode parecer o caminho mais fácil, mas prefiro não arriscar, é uma parada que acho q não tem nada a ver com a filosofia da revista e de uma vida saudável, acho q se o cara tem um problema tipo obesidade ou aquelas pelancas quando emagrece pode ser valido uma plastica ou redução de estomago, agora fazer lipo por estética!! que isso! além de ser arriscado é a saída de um cara que não tem moral pra correr atras de um objetivo... eu prefiro correr atras do tanquinho através do treinamento físico e alimentação saudável, e o objetivo de alcançar me motiva a treinar e não comer muita porcaria... tudo q vem fácil não tem tanto valor como aquilo q vc sacrifica algo pra conquistar... abraço galera, feliz natal pra todos e tamo nessa luta do tanquinho...<sup>16</sup>

Neste caso, o próprio consumo da revista é visto como adesão a uma ética de esforço envolvida na construção do corpo. Esta ética se baseia no treinamento físico e no controle da alimentação, e a transformação do corpo é o *summum bonum* da perseverança no caminho. E é apenas porque o uso dos suplementos e, no limite, dos esteróides anabolizantes é concebido como uma ferramenta utilizada no interior do treinamento físico que o seu uso é legítimo.

É o que nos mostra o *post* a seguir, feito por outro *membro* que aparenta não mais de 20 anos:

Malhar.. Nadar... E correr TODO SANTO DIA... E NAUM TER TANQUINHO... ainda! É foda viu. Faço isso faz uns 2,5 anos, e até agora o melhor resultado q obtive foi “ficar” com uma capa de gordura heheheh... O negócio agora parece melhor depois que tomei CLA (o problema é q c fica suando o tempo todo). Queimou mesmo, mas ainda tenho muita gordura. Visualmente tah legal, mas quando toca ainda tem muita gordura.

---

16 Capturado em 16/10/2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=12435928&tid=2572507171310424245&kw=tanquinho&na=1&nst=1>

To tomando outro ciclo. O anderson falou do GH... Eu tenho vontade de usar mas tenho medo desse negócio de usar hormônio e fuder tudo de uma vez hehehehehe sei lá desregular tudo. Ah... comer eu como direito, acho q o negócio é genética mesmo.<sup>17</sup>

Mesmo legítimo, o seu uso implica a posse de um conhecimento específico. O já citado Onofre mostra isto no seguinte comentário:

Eu treino corrida e nataçãõ cara e antes de escolher algum suplemento eu pesquiso sobre ele... Eu gostei muito do GH Max da Universal, ele nada mais é do q aminoácido q estimula a fabricação do GH q é o hormônio do crescimento q seu corpo já produz... este hormônio é mais produzido pelo corpo durante o sono, daí a importância de uma boa noite dormida... mas eu não sou especialista em nada disso, melhor vc pesquisar esse suplemento q tem sites que explicam direitinho, e antes de começar a seguir qualquer dieta co suplemento é melhor vc consultar um profissional da área que mexa com esporte, pq a maioria vem com papinho q não é o caso usar suplemento e tal... abraço aí galera.<sup>18</sup>

Desta forma, em lugar de uma passividade dos agentes diante de discursos e imagens de masculinidade, vemos um conjunto heterogêneo de agentes que são, em graus variados, “quase especialistas” nas técnicas e nos produtos, a partir dos quais se esforçam por produzir seus corpos e performatizar um determinado estilo de masculinidade, que tem no *tanquinho* seu símbolo por excelência. E essa performance visa, entre outras coisas, produzir ganhos específicos no mercado amoroso/sexual, de modo que temos, a um só tempo, a submissão a um modelo de corpo e a uma agência que é produtiva de corpos e performances que, por sua vez, são eficazes na ocupação de determinadas posições no mercado amoroso/sexual e, em certas ocasiões, mesmo no mercado profissional.

Por fim, o *tanquinho* como **norma** introduz também a dimensão do **risco**, como vimos mais atrás na preocupação com os efeitos indesejáveis dos esteróides anabolizantes. Nesse sentido, o saber e a experiência acumulados e trocados são também ferramentas de administração dos riscos.

Um *tópico* importante para a discussão da performance de um determinado estilo de masculinidade é o que foi dedicado ao tema da depilação. Intitulado *depilação em casa*, este foi o tópico mais concorrido da *comunidade B*, tendo recebido 462 *posts* entre abril de 2007 e outubro de 2009, o que alcança mais de 10% do

---

17 Capturado em 16/10/2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=12435928&tid=2572507171310424245&kw=tanquinho&na=1&nst=1>

18 Idem.

total de postagens naquela comunidade. E o que se pode observar ali é uma intensa troca de observações, experiências e dúvidas.

Sobre este *tópico* cabem algumas observações. O primeiro ponto a destacar é a própria novidade da depilação masculina como prática e como serviço. Vários *posts* fazem referência ao custo e à raridade do serviço, o que explicaria tanto as dúvidas quanto o desejo de “fazer em casa”. De fato, a depilação tem sido uma prática e uma ocupação quase exclusivamente femininas.

Um segundo ponto presente ao longo do *tópico* é a ideia de que os pelos não são mais expressão necessária da masculinidade. Este é um ponto que foi objeto de discussão nesta postagem feita pelo *membro* que chamarei Leão – aparentando ter entre 35 e 40 anos, gay e musculoso:

Homem se depilar é foda, tudo bem aqueles que são além do normal, tirar nas costas por ex. ou somente dar uma leve, pequena aparada, coisa pouca, mais pra modelar, mas nos locais comuns? puts, os caras de hoje estão se descaracterizando da masculinidade, eu penso que os pêlos são um grande diferencial entre a mulher e o homem, tipo uma coisa exclusiva nossa e os caras de hoje tudo se raspando, cada uma...

Num *post* seguinte ele continua:

Estavam discutindo justamente isso na academia, uns caras querendo se raspar com a desculpa de deixar a musculatura mais aparente, papo vai, papo vem, e uma moça que estava perto falou: “Eu não sei pra que vcs homens se depilarem, são tão bonitos do jeito que a natureza criou, ao natural, é o diferencial que pelo menos me atrai muito, eu gosto de homens com pêlos, ver os pêlos, eu quero sentir que estou tocando num homem, eu prefiro vocês ao natural”. Achei bem interessante a colocação dela nesse sentido, justamente hoje num mundo que o padrão de beleza masculino está bem “estranho”.<sup>19</sup>

Podemos ver aqui um ponto interessante: o modo como a discussão sobre masculinidade não aparece restrita à heterossexualidade. Na fala de Leão, a distinção fundamental é entre masculino e feminino – e os pelos fazem parte desta distinção – e não entre heterossexual e homossexual. E o depoimento de uma mulher é invocado em defesa desta distinção e na crítica ao embaralhamento de masculino e feminino. A mesma distinção é retomada nas respostas críticas que Leão recebe, nas quais não é feita qualquer menção à sua homossexualidade.

Um dos *membros*, que chamarei Bonifácio – em torno de 20 anos, estudante

---

19 Capturado em 19/10/2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=12435928&tid=2527212609416726538&kw=depila%C3%A7%C3%A3o>

de educação física e aparentemente heterossexual – responde:

Os tempos são outros, muitas coisas que antes as mulheres não podiam fazer, agora fazem, como dirigir um carro, trabalhar, ir pra balada com as amigas e ficar com o homem só por uma noite. E muitas coisas que os homens não podiam fazer, agora fazem, como escolher roupas de grife, fazer sobancelha e depilação. Ninguém precisa viver sempre na idade da pedra.<sup>20</sup>

A distinção é proposta por Bonifácio em termos de *moderno e tempo das cavernas*. Uma distinção que aproxima os pelos do passado da masculinidade. E no comentário crítico de Leão aparece uma das principais justificativas da depilação: a exibição do músculo definido. De fato, no fisioculturismo de competição, há uma tradição da depilação como requisito de exibição dos músculos. A novidade é a difusão desta prática, agora como ferramenta expressiva de um estilo de masculinidade *moderno*. Segundo um *membro* a quem chamo Barbosa – ex-militar, atualmente advogado, 35 anos, presumivelmente heterossexual – a depilação “passa um aspecto de higiene e as definições do corpo ficam mais visíveis”. Temos, assim, um homem – hetero ou homo – *moderno*, o que abrange ser musculoso, definido, depilado, limpo e cheiroso. E as imagens estampadas na revista *Men's Health* dão legitimidade a esse novo estilo, uma vez que os corpos mostrados nas capas apresentam exatamente essa configuração.

### Os novos estilos de masculinidade

Como chamei a atenção no começo deste artigo, apesar da centralidade que a ginástica e a musculação ocupam tanto na organização da revista quanto nas práticas de seus leitores reunidos nessas *comunidades*, a *Men's Health* não se pretende apenas uma revista dedicada à *boa forma física*. Ela se pretende, acima de tudo, uma revista de comportamento, isto é, dirigida à oferta de gostos, atitudes, objetos ou formas de comportamento que distinguem um grupo social particular de outros. E muitos dos seus leitores acompanham a revista nesse movimento e estão engajados na construção de um estilo diferenciado.

Essa distinção envolve benefícios e dificuldades que bem se revelam nas dúvidas acerca do significado desses novos estilos. Isto aparece em duas das quatro *comunidades*, a B e a C, nas quais os tópicos dedicados à definição dos estilos de masculinidade com os quais os leitores se identificavam foram muito concorridos.

---

20 Capturado em 19/10/2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=12435928&tid=2527212609416726538&kw=depila%C3%A7%C3%A3o>

São principalmente três tópicos. Dois deles foram abertos na *comunidade B*. O primeiro é intitulado *Metrossexual* e recebeu 141 *posts* entre julho de 2006 e outubro de 2009, o que significa mais de cinco vezes a média de postagens da *comunidade*. O segundo é intitulado *Neossexual*, e recebeu 50 postagens entre março e maio de 2009, quase duas vezes a média de postagens. O terceiro tópico foi aberto na *comunidade C*, e foi intitulado *Defina o homem men's health*, que recebeu 33 postagens, pouco mais de três vezes a média da *comunidade*.

O tópico *metrossexual* foi aberto com uma definição e o pedido para que os outros *membros* dissessem se se identificavam ou não. Nessa definição, o *metrossexual* é apresentado como “homem heterossexual urbano excessivamente preocupado com a aparência, gastando grande parte do seu tempo e dinheiro em cosméticos, acessórios e roupas de marca”.<sup>21</sup> De um modo geral, este tipo de *tópico* engendra quatro reações básicas. A primeira é ignorá-lo. Já vimos que, dada a população que de fato participa da *comunidade*, podemos afirmar que ele teve uma boa repercussão. A segunda possibilidade é ridicularizar a pergunta e o próprio *tópico*. Este foi o tom da maior parte das respostas dadas ao *tópico neossexual* criado na mesma *comunidade*. Mas não foi este o caso do *tópico metrossexual*. As outras duas possibilidades são as de se reconhecer ou não na definição proposta. E mesmo a chance do reconhecimento na definição não está livre de uma crítica do termo. É em torno destas últimas possibilidades que se situa a maior parte das postagens neste *tópico*, e sobre elas comentarei a seguir.

Segundo o *membro* que chamarei Tucano – aparentando 35 anos:

O poder do rótulo, no principio veio o macho, depois veio o homem esse evoluiu e veio o metrossexual que era definir um homem moderno, como tudo a mídia tem que pegar... alterando a forma real da coisa... a mídia gosta de estereotipar que é o que chama atenção, o comum não chama atenção, então o metrossexual que seria para rotular homem que se cuida, se preocupa com o corpo e com aparência, que era diferente aquele homem q não ta nem ai para nada, que só se preocupa com o futebol e marca de cerveja. Então a mídia transformou o metrossexual em patricinha-lésbica.<sup>22</sup>

Em seu discurso algo confuso, porém elaborado, Tucano critica a produção estereotipada do rótulo de *metrossexual* pela *mídia*, ao mesmo tempo em que defende a mudança de estilos masculinos e a distinção em face do “homem que

---

21 Capturado em 19/10/2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=12435928&tid=2473776756622132228>

22 Capturado em 18/10/2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=12435928&tid=2473776756622132228&na=3&nst=21&nid=12435928-2473776756622132228-2482996322681922894>



não está aí para nada”. Há um rancor contra a transformação do “homem que se cuida” em “patricinha-lésbica”.

E esse novo estilo está ligado a uma forte preocupação estética. Segundo ele:

O Metrosexual, não vê nenhum problema em destinar parte de seus salários a cosméticos e tratamentos de beleza, ele só que se sentir melhor para ser melhor para o próximo. Só que a mídia transformou esse estilo outro que se formou o modelo do metrosexual que é: uma disputa de beleza entre mulher e homem onde até brigão por um espelho.<sup>23</sup>

Este é o tom de muitos *posts*: a crítica do rótulo, acompanhada da assunção do cuidado estético em contraposição a um estilo de masculinidade frequentemente definido como antigo e, para usar um termo teórico, hegemônico.

Outros *posts*, contudo, fazem do termo uma categoria de acusação que oscila entre duas proximidades negativas: com a homossexualidade e com a feminilidade. Assim, o *membro* que chamarei Triângulo – entre 25 e 30 anos, engenheiro, musculoso, talvez homossexual – afirma:

Metrosexualidade ou Homossexualidade disfarçada?

Sinceramente, alguns dos “Metrosexuais” se parecem mais com homossexuais (nenhum preconceito) do que os próprios homossexuais. Não sei até onde uma mulher vai querer namorar com um cara que tira o sobrançelha, que fica mais fina que a dela, tem mais cremes do que ela própria, passa horas arrumando o cabelo espetadinho ou a franja, vai pra academia todo arrumadinho, etc.<sup>24</sup>

Aqui temos uma representação que já apareceu no *tópico* sobre depilação: o risco de que as práticas envolvidas nestes novos estilos de masculinidade ameacem a distinção masculino/feminino. Nesse sentido, mais do que um valor negativo atribuído à homossexualidade ou às mulheres, tal como no modelo misoginia/homofobia examinado por Welzer-Lang (2001), reencontramos aqui uma situação analítica nos moldes da que Clastres produziu em *Arco e o Cesto* (2003), em que o socialmente indesejável é o personagem situado na fronteira. É sobre esta situação de fronteira que falarei a seguir.

---

23 Idem.

24 Capturado em 18/10/2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=12435928&tid=2473776756622132228&na=3&nst=21&nid=12435928-2473776756622132228-2482996322681922894>

## Embaralhando os registros de recepção: afinal, a revista *Men's Health* é uma revista gay?

Uma das principais marcas da revista *Men's Health*, em qualquer das suas edições pelo mundo, é a capa com a imagem de um homem sem camisa, musculoso, mas não excessivamente e, sobretudo, com uma visível definição dos músculos do abdômen.<sup>25</sup> Desde sua chegada ao Brasil, esse padrão de capa tem produzido uma “confusão” no que diz respeito ao seu público-alvo. Esta seria uma revista dirigida a heterossexuais ou a homossexuais? Ou isso seria indiferente para seus editores e seus leitores? Nesta última seção do artigo, vou abordar o significado de tal “confusão” entre os leitores reunidos nas *comunidades*. Ela se revelou uma discussão tão “quente”, no sentido de tão significativa e apaixonada para os que dela participaram, que seria possível escrever todo o artigo em torno dela. Contudo, creio que fazer isto reduziria a complexidade das práticas e das representações que os *membros* das comunidades de leitores estruturavam em torno dos estilos de masculinidade. Penso, por exemplo, no fato de que a grande maioria das postagens é dedicada à demanda e à oferta de *dicas* de trabalho corporal e alimentação.

Mas voltando ao tema da seção, o primeiro aspecto a ser destacado é que essa “confusão” é um problema para os editores da revista. Em uma matéria publicada na revista eletrônica *Mundo do Marketing*, em 28 de abril de 2009, intitulada “*Men's Health* mostra novos hábitos do homem: Revista encontrava resistência, mas ganha mercado com boa estratégia”, o articulista apresenta o *case* bem-sucedido da revista em desenvolver uma estratégia capaz de superar as resistências do público masculino heterossexual em comprar uma revista com um homem seminua na capa. Segundo ele:

No Brasil, quando se ouve falar em revista masculina, forma-se na cabeça a imagem de uma mulher seminua na capa, marcas de cerveja, futebol, anúncios de carros, entre outras particularidades deste consumidor. Com três anos de atuação no Brasil, a revista *Men's Health* está mudando esta percepção através de capas com imagens de homens “sarados”, dicas de estilo e comportamento para um público AB.

[...] A chegada no mercado brasileiro foi marcada por desconfianças e confusão quanto ao público-alvo da revista. Focada no leitor heterossexual,

---

25 Essa é imagem básica da capa, mas existem algumas variações: algumas trazem o homem vestido com uma camisa de tecido leve; em outras, a camisa está levantada, mostrando o abdômen; outras trazem a foto de uma mulher sensual em um box; outras trazem a mulher abraçada ao homem da capa, muitas vezes despiendo-o. De um modo geral, a presença de uma mulher na capa da revista visa resolver o problema que abordaremos nesta seção.

a *Men's Health* passava a impressão de ser uma publicação voltada para o público gay principalmente por conta do visual de suas capas. Para reverter este quadro, Alex Stevens, gerente de Publicações da Editora Abril, acreditou no conteúdo da revista como a melhor estratégia para definir o posicionamento do produto.<sup>26</sup>

A dificuldade vivida pelos editores vinha do fato de que enfrentavam dois adversários ao mesmo tempo: a capacidade de justificar junto aos leitores a diferença em relação às revistas masculinas já posicionadas no mercado, e a necessidade de garantir que o público visado – heterossexuais entre 25 e 40 anos das classes A e B – identificassem a revista como dirigida a eles e não aos leitores homossexuais. O que ocorre, numa linguagem publicitária, é que a imagem confunde o posicionamento da revista.

Isto permite dar uma primeira resposta às perguntas que estão no título desta seção. Do ponto de vista dos editores, a *Men's Health* é dirigida aos heterossexuais e não é produtivo que ela seja vista como dirigida indistintamente a um e outro público. Daí, o case de sucesso consiste em como a editora conseguiu reverter a imagem da revista como dirigida aos gays. Segundo o gerente de Publicações da Editora Abril, citado na matéria:

Trabalhamos forte na distribuição da revista e em palestras para os donos de bancas de jornal e profissionais de mídia de agências de publicidade. Isto consiste em uma introdução e explicação de que a revista não era para gays e sim para o homem moderno.<sup>27</sup>

Quero chamar a atenção aqui para dois pontos: em primeiro lugar, a ênfase na distinção – o “homem moderno” não é gay. Em segundo lugar, o alvo do trabalho de convencimento: publicitários e donos de bancas de jornal. Vamos examinar os dois pontos em detalhe.

O primeiro ponto ecoa algumas das representações que vimos em luta nos *tópicos depilação em casa e metrossexual*. Especialmente o esforço em inscrever determinadas práticas na oposição *homem moderno x homem das cavernas*, ao invés de na oposição *hetero x gay*. Contudo, existe aqui um problema. Por que é importante para os editores insistirem na distinção entre leitores heterossexuais e homossexuais? Afinal, a categoria *homem moderno* poderia englobar indiferentemente as duas orientações sexuais. Aqui aparecem duas explicações possíveis.

---

26 Capturada em 19/10/2009 em: <http://www.mundodomarketing.com.br/1,9729,men-s-health-mostra-novos-habitos-do-homem.htm>

27 Idem.

Uma, publicitária, que afirma que um produto deve ter um público-alvo bem definido sob pena de fracassar. Outra, sociológica, que afirma que o consumo homossexual da revista representa um risco de contaminação do produto diante do público heterossexual.

Isto nos leva ao segundo ponto: o convencimento de publicitários e donos de bancas de jornal. Aos primeiros, a demanda é pela crença na existência desta categoria: o *homem moderno*; e aos segundos, é o arranjo das revistas *masculinas* próximas umas das outras, mas também é o trabalho sobre a crença: existe o *homem moderno* e ele não é *gay*.

Mas e do ponto de vista dos leitores reunidos nas *comunidades* aqui estudadas? Essa “confusão” gera algum problema?

Esse debate ocorre em vários tópicos diferentes, em todas as quatro *comunidades*, mas em gradação diferente. Como não é possível, no espaço deste artigo, abordar todos os desdobramentos desse debate, vou me concentrar num único *tópico* que fornece bastante material para análise. Diferente das outras análises, vou segui-lo em detalhe. Trata-se do *tópico Campanha mulher gostosa na capa Mh Brasil*, criado na *comunidade B*, em 16 de abril de 2009, pelo então *moderador*. Este *tópico* recebeu 122 postagens até 9 de julho do mesmo ano, o que é 4,5 vezes a média de postagem por *tópico* nessa *comunidade*.

Um dado importante é que meu primeiro contato com este *tópico* foi em 21 de abril de 2009. Naquele momento, copiei as seis páginas que o *tópico* tinha até então com a ferramenta *ScreenGrab*, que é uma extensão do navegador Firefox, para poder trabalhar *off-line*. Voltei a consultar o *tópico* em outubro para a finalização deste artigo e descobri, para a minha surpresa, que vários *posts* tinham sido apagados. Entre estes estavam os mais polêmicos, incluindo os do *moderador*. E sem o link na página, tornou-se impossível acessar o *perfil* do *moderador* e dos membros que haviam se engajado no debate e que tiveram seus comentários suprimidos. Assim, me resta apresentar e analisar as representações, ainda que não seja possível remetê-las a agentes bem definidos.

O moderador abriu o *tópico* com a seguinte proposição:

Chega o tempo em que é preciso mudar... Jogar o que não tá dando certo fora e abraçar o novo. Brasil é lugar de bunda, peito, mulher gostosa. Os caras aqui não são modernos, em sua maioria... e nossa revista tem sido vista como campo, ou gueto para heterossexuais moderninhos e/ou caras que não abraçaram sua real sexualidade e... gays. Porém, nossa revista é destinada a caras heterossexuais... Peço que mulheres GOSTOSAS enfei-

tem a capa !... CARAS JUNTEM-SE A MIM... Pela gostosa na capa.<sup>28</sup>

O tom do *post* é mais bem-humorado que raivoso, mas, de todo o modo, o termo *campanha* é bem adequado. Sabedor do fato de que os comentários na *comunidade* são lidos por editores da revista, o *moderador* convoca os outros *membros* para a sua causa. Contudo, devemos ter em mente que o *moderador* não estava sozinho na crença de que a revista estava sendo vista como um *gueto* estranho aos verdadeiros heterossexuais. Esta é, como vimos mais atrás, a mesma leitura que fizeram os editores da revista. Outro ponto a se assinalar é a expressão *nossa revista*, que indica a crença numa imagem de nós que é o lugar a partir do qual o *moderador* acredita estar falando e a partir do qual muitos outros *membros* respondem a ele.

No mesmo dia, o moderador recebeu cerca de dez comentários favoráveis, mas logo em seguida começaram as críticas e o tom delas e das respostas não foi nada bem-humorado. Assim, quando confrontado com um duro comentário classificando a proposta como *ridícula* e com a pergunta: *alguém sabe se em algum país, a MH tem mulher na capa?*, o *moderador* respondeu:

Você não lê a comunidade todo dia? Ela virou gueto, reduto etc. Já tem outro tópico ali sobre assuntos homossexuais. Os caras se identificam com a revista por causa da capa, por causa das fotinhos do interior, por causa dos assuntos bem escritos sobre moda, etc. Eu lembro que defendi os marmanjos durante muito tempo. Mas isto não funciona aqui. Este estilo moderno aqui é entendido pelos caras de outra forma.<sup>29</sup>

Novamente aparece em jogo a representação de uma existência coletiva na forma da *comunidade*. E parece ser esta existência coletiva que está ameaçada na sua pureza heterossexual pelo perigo representado pela identificação dos homossexuais com a revista. Identificação nos dois sentidos, dos homossexuais com a revista e da revista com a homossexualidade.

Esse risco está particularmente claro numa resposta em que um *membro* – que chamarei Bandeira – apoiava a campanha:

Podemos ler as revistas em qualquer lugar que não passaremos constrangimentos, nem seríamos tachados de gays por estarmos vendo revistas de homem.<sup>30</sup>

---

28 Capturada em abril de 2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=12435928&tid=5325278135825934832&kw=campanha>

29 Idem.

30 *Ibidem*.

No mesmo sentido, um *membro* – que chamarei Tenório, quase 30 anos, heterossexual e bacharel em direito – afirma:

Kras ultimamente tenho que enrolar a revista quando compro, porque o pessoal desavisado acha que estou comprando uma revista de Gay. Tudo bem! Os editores podem até não colocarem só as mulheres nas capas, mas pelo menos que acompanhem os modelos de capas, dando a entender que elas se importam (e se empolgam) com homens que se cuidam.<sup>31</sup>

Aqui se revela a importância do trabalho dos editores com os donos das bancas de jornal, pois é na compra da revista que se dá o primeiro momento em que o leitor heterossexual corre o risco de ser *tachado de homossexual*. Em seguida, teremos a mesma situação no ambiente de trabalho, no prédio, com os porteiros e, por fim, com os amigos. Nesse sentido, ao carregar um objeto poluído pela suspeita de ser voltado ao homossexual, o leitor coloca em risco sua imagem pública como heterossexual. E é essa ideia de risco que vai ser ridicularizada e atacada duramente em muitas postagens, entre elas, esta do já citado Barbosa – ex-militar, atualmente advogado, 35 anos, presumivelmente heterossexual. Diz ele:

Discordo completamente. Aí sim que a revista vai perder sua identidade. pra mim isso não passa de medo, ou sentimento de ameaça, sobre a própria identidade da pessoa. não a da revista. Quero na capa um referencial para MEU corpo. Não pro da minha namorada. Por isso me interessa em ler o que tem dentro. O que me interessa no contexto dessa revista eh minha boa forma e aparência. E eu sou homem. por isso preciso de um referencial masculino. Não pra me mastubar com a foto do cara, mas para ter um norte para onde caminhar em termos de saúde, vestuário, estética e comportamento... Ô mania de levar tudo pra rótulo hetero, homo, bi, a pqp... que coisa vazia, bicho. Isso é para revista com apelo sexual, como playboy e g magazine, onde a gente quer volúpia e uma referência do sexual mesmo qdo compra. é como se eu pegasse a Veja, por exemplo, e dissesse que tem identidade hetero!! ou a National Geographic e desse identidade homo... nada a ver isso!!!! isso pra mim soa mais à insegurança e incompetência para conviver com as diferenças, do que real interesse no contexto da revista.<sup>32</sup>

Esta resposta tem vários aspectos a serem destacados. O primeiro é a recorrência do tema do medo nos jogos de acusação que se estabelecem em torno da masculinidade heterossexual. Pois ela, como a honra nas sociedades mediterrâneas

---

31 Capturada em abril de 2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=12435928&tid=5325278135825934832&kw=campanha>

32 Idem.

as, parece sempre estar em risco. Ao mesmo tempo, a explicitação do risco é uma demonstração de fraqueza na crença acerca da sua própria virtude masculina. Daí a acusação, que vai se repetir em outras postagens, de que propostas como esta revelam uma falta de convicção na própria heterossexualidade.

Outro aspecto importante da resposta é o que eu chamaria de “deserotização” da revista que, ao invés de ser concebida na oposição hetero/homo, é inscrita numa oposição masculino/feminino que é, por sua vez, estruturada numa diferença entre corpos. E esse corpo masculino apresentado na revista está ali não para o desejo, mas para servir de modelo, de *norte*, como disse Barbosa. Nesse sentido, a oposição ideal-típica que estabeleci no início do artigo entre revistas masculinas, nas quais os corpos apresentados são suporte do desejo, e revistas femininas, nas quais os corpos apresentados são suporte do autoexame, ganha relevância na resposta de Barbosa.

Ao mesmo tempo, é difícil sustentar a “deserotização” da revista, uma vez que todas as edições trazem alguma matéria sobre sexo heterossexual, tais como *Sexo! Sexo! Ela vai pedir bis! 12 táticas para deixá-la babando* – edição de maio de 2008 – e *Sexo fácil, fácil! Deixe-a no comando... e curta adoidado* – edição de outubro de 2009.

Esta perspectiva “deserotizada” é defendida por um *membro* que chamarei Munhoz – em torno de 30 anos, presumivelmente homossexual – que afirma:

Nao adianta tirar homem da capa q os gays vao continuar comprando e nao adianta os ht desejarem q os gays fikem longe da revista pq dae as vendas da mesma vao cair e mto (talvez ate parem de publicar kk). E obvio q tem mto gay leitor da Mh.

Sinceramente a revista pode ser lida numa boa por gay e ht. Musculos interessantes para os 2 publicos, moda tb, alimentacao saudavel tb. O q seria uma parte dedicada a gay?: Como fazer um oral gostoso no seu namorado?. Oras ja nao basta as babakices de Como levar a gostosa a loucura?

Sempre ha pedidos de parte da revista dedicada ao publico gay, mas nunca vi um descricao de como essa parte deveria ser. Se for uma versao homo das dicas ht babacas seria uma overdose de babakices.

Em relacao a capa, so pode ser brincadeira (e de verdad eu acredito q seja, alias tenho certeza d q seja) q alguem ache q um gay vai comprar a revista por causa do cara da capa (q nem aparece no restante da revista kk) ou por causa dos modelos fazendo supino e abdominais. fosse nos anos 80 td bem, mas em plena era da internet q tem foto de h pelado em tdo qto é lugar

ninguem gastaria dinheiro p isso.<sup>33</sup>

Aqui, mais do que afirmar que não há erotismo na revista, Munhoz afirma a irrelevância e o ridículo das *dicas* nela presentes. Isto lhe permite afirmar a indissociabilidade do consumo hetero e homo da revista, baseando-a em um corpo masculino que é comum a ambos. Assim, se o corpo os une, o desejo os separa, e por isso este último deve ficar de fora da revista, seja na forma hetero implementada nas *dicas sexuais*, seja numa imaginada forma homossexual.

## Conclusão

Para concluir, há dois aspectos a serem destacados na análise do papel desempenhado por estas revistas na elaboração de imagens masculinas de si e de “nós”. O primeiro aspecto é a continuidade direta do tipo de jornalismo ali praticado com a publicidade, na medida em que ambos oferecem aos leitores um *estilo* a ser construído tanto através dos conselhos e dos exemplos quanto através do consumo. O segundo aspecto, e mais importante para a discussão que foi feita aqui, é que estas técnicas de construção de um *estilo* devem ser estudadas como técnicas de construção de subjetividade, no sentido que Foucault (1984) dá ao termo, isto é, como um modo de ação que não age direta e imediatamente sobre os outros, mas age sobre suas ações eventuais, atuais ou futuras. Em outras palavras, que se baseiam na ação e no investimento subjetivo daqueles que são seu alvo.

Nesse sentido, meu esforço foi examinar uma parcela dos diferentes investimentos que os agentes fazem sobre si em torno destes novos estilos de masculinidade oferecidos como objeto de consumo. Contudo, a construção de formas expressivas de estilos de masculinidade nos próprios corpos mostra não simplesmente a submissão dos indivíduos aos ditames da publicidade, mas se trata de um aspecto da agência destes, permitindo-lhes ocupar posições privilegiadas no mercado amoroso/sexual.

Através da análise das postagens, foi possível observar tensões e contradições nesses investimentos em torno de ao menos três possibilidades: a reconstrução em novas bases da distinção entre heterossexuais e homossexuais por meio da produção de um *homem moderno* porém heterossexual, que é a proposta específica dos editores da *Men's health*; a superação dessa mesma distinção em benefício de uma unidade construída em torno do corpo masculino, o que implica um corpo que não se define fundamentalmente pelo seu desejo, e sim pela sua performance

---

33 Capturada em abril de 2009 em: <http://www.orkut.com.br/Main#CommMsgs?cmm=12435928&tid=5325278135825934832&kw=campanha>



de masculinidade, que é a proposta de *membros* presumivelmente hetero e homo, como Barbosa e Munhoz; e, por fim, a flexibilização mesma da distinção masculino/feminino pelo consumo de técnicas de produção e performance corporal que são comuns a ambas as categorias, como é o caso da depilação e do uso dos cosméticos.

Recebido: 12/10/2010  
Aceito para publicação: 21/03/2011

## Referencias bibliográficas

- ELIAS, N. 1980. *Introdução à sociologia*. São Paulo: Martins Fontes.
- CASTELLS, Manuel. 1999. *A Sociedade em Rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra.
- CLASTRES, Pierre. 2003. “O arco e o cesto”. In: CLASTRES, Pierre. *A sociedade contra o Estado – Pesquisas de Antropologia Política*. São Paulo: Cosac & Naify.
- CONNEL, R.W. 2003. *Masculinidades*. México: PUEG-UNAM.
- CONNEL, R.W. & MESSERSCHMIDT, James W. 2005. “Hegemonic masculinity. Rethinking the Concept”. *Gender & Society*, Vol. 19, nº 6, p. 829-859. Disponível em: <http://www.usm.maine.edu/crm/faculty/jim/hegemonic.pdf>.
- CORNWALL, Andrea & LINDISFARNE, Nancy. 1994. “Introduction” e “Gender Power and anthropology”. In: \_\_\_\_ (eds.). *Dislocating masculinity*. Londres: Routledge.
- DOUGLAS, Mary. 1991. *Pureza e perigo*. Lisboa: Edições 70.
- FARNELL, B. 1999. “Moving bodies, acting selves”. *Annual Review of Anthropology*, nº. 28, p. 341-73.
- FOUCAULT, Michel. 1984. “Deux essais sur le sujet et le pouvoir”. In: DREYFUS, Hubert & RABINOW, Paul. *Michel Foucault. Un parcours philosophique*. Paris: Gallimard.
- GOFFMAN, Erving. 1975. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes.
- HARAWAY, Donna. 1991 “Manifiesto para cyborgs: ciencia, tecnología y feminismo socialista a finales del siglo XX”. In: \_\_\_\_\_. *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinvencción de la naturaleza*. Madrid: Cátedra.
- HART, Keith. 2004. “Notes towards an anthropology of the internet”. *Horiz. antropol.* Jan./jun. 2004. Vol.10, nº. 21, Porto Alegre.
- JUNGBLUT, Airton Luiz. 2004. “A heterogenia do mundo on-line: algumas reflexões sobre virtualização, comunicação mediada por computador e ciberespaço”. *Horiz. antropol.* Jan./jun. 2004. Vol.10, nº 21, Porto Alegre.
- LATOUR, Bruno. 1999. *Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade a fora*. São Paulo: Editora Unesp.
- MISKOLCI, Richard. 2006. “Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência”. *Revista Estudos Feministas*. Set.-dez. 2006. Vol. 14, nº 003.
- REISCHER, Erica & KOO, Kathryn S. 2004. “The body beautiful: Symbolism and Agency in the Social World”. *Annu. Rev. Anthropol.*, 33, p. 297-317.
- ROMISZOWSKI, A. & MASON, R. 1996. *Handbook of Research on Educational Communications and Technology*. David Jonassen (ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- SEIDLER, V. 1995. "Los hombres heterosexuales y su vida emocional". In: Sexualidad: teoría y práctica, *Debate feminista*, año 6, p. 11, México.
- SEIDLER, V. "Reconocer la diversidad de identidades masculinas". In: LETRA S., Abril 6 de 2000. Em: <http://www.jornada.unam.mx/2000/04/06/lS-seidler.html>.
- SHARP, Lesley A. 2000. "The commodification of the body and its parts". *Annual Review of Anthropology*, nº 29, p. 287-328.
- VALE DE ALMEIDA, Miguel. 2001. *Senhores de Si: Uma Interpretação Antropológica da Masculinidade*. 2ª ed. Lisboa: Fim de Século.
- VAZ, Paulo. 2004. "Risco e justiça". In: CALOMENI, Teresa Cristina B. (org.). *Michel Foucault entre o murmúrio e a palavra*. Campos: Editora Faculdade de Direito de Campos. p. 101-131.
- WELZER-LANG, Daniel. 2001. "A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia". *Estudos Feministas*, Vol. 9, nº 2, p. 460-482, Florianópolis.
- WOLPUTTE, Steven Van. 2004. "Hang on to yourself: of bodies, embodiment, and selves". *Annual Review of Anthropology*, 33, p. 251-69.