

Discursos sobre amor e sexo: análise nas revistas Men's Health e Women's Health

Eduardo Ruiz Alves¹

Valesca Brasil Irala²

RESUMO

Este artigo analisa a construção discursiva dos conceitos de amor e sexo e sua relação com os gêneros feminino e masculino, utilizando, como objeto de análise, os discursos das revistas Men's Health e Women's Health. À luz da Análise do Discurso proposta por Michel Pêcheux, o propósito é verificar como certas marcas lingüísticas remetem a posições ideológicas distintas dos papéis e identidades ditas masculinas e femininas e como os discursos presentes nessas publicações são estabelecidos e reproduzidos na sociedade, contribuindo para a fixação de ideologias relacionadas aos gêneros.

Palavras-chave: amor, sexo, Análise do Discurso, ideologia.

ABSTRACT

This article analyzes the discursive construction of love and sex and their relationship with female and male genders, using, as object of analysis, discourses from Men's Health e Women's Health magazines. From Michel Pêcheux's Discourse Analysis, the purpose is to verify how certain linguistic marks tells of ideological positions that distinct said masculine and feminine roles and identities and how discourses present in these magazines are determinate and reproduced in society and contribute to the establishment of ideologies related to gender.

Keywords: love, sex, Discourse Analysis, ideology.

¹ Aluno do 10º semestre de Letras da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), campus Bagé.

² Professora orientadora.

INTRODUÇÃO

O amor e o sexo encaixam-se naquelas dimensões da experiência humana que não são refratárias à ação da sociedade e da cultura, e suas manifestações estão longe de naturais e individuais. Homens e mulheres, como produtos de uma cultura que lhes atribui papéis diferenciados na sociedade, têm olhares sobre a realidade que nem sempre coincidem e, portanto, a forma como se relacionam com o amor e com o sexo – na escolha dos parceiros, nos comportamentos, nos discursos – está relacionada à construção social desses conceitos.

Amor e sexo são conceitos sociais e culturais, historicamente determinados, são “códigos de interação e vinculação interpessoais” (COSTA apud FELIPE, 2007, p. 10). Esses códigos se estabelecem na sociedade e são reforçados por aquilo que Tomaz Tadeu da Silva (2007, p. 85) chamou de *instrumentos de homogeneização*: os veículos midiáticos.

Para tentar mostrar como as noções de amor e sexo significam diferentemente para homens e mulheres, analiso, neste trabalho, dois *instrumentos de homogeneização* voltados para um e para outro público, as revistas Women’s Health e Men’s Health – mais especificamente, duas colunas em cada uma delas: em Men’s Health, “Gil, o garçom” e “Pergunte à vizinha”; em Women’s Health, “Pergunte ao amigo *gay*” e “Pergunte ao vizinho”. Pretendo tornar claros os contrastes expondo e analisando a construção discursiva desses dois conceitos nas duas publicações, verificando se (e como) eles contribuem para difusão de ideologias relacionadas aos gêneros feminino e masculino.

A DELIMITAÇÃO DOS CONCEITOS

Os conceitos de gênero e sexo estarão muito presentes neste trabalho, motivo pelo qual cabe uma breve diferenciação entre eles, para que não haja confusão. Silva (1997, p. 91) diz que

aparentemente, a palavra “gênero” foi utilizada pela primeira vez num sentido próximo ao atual pelo biólogo estadunidense John Money, em 1955, para dar conta dos aspectos sociais do sexo. Antes disso, a palavra “gênero”, em inglês, tal como em português, estava restrita à gramática, para designar o “sexo” dos substantivos. Posteriormente, sua definição foi se tornando crescentemente mais sofisticada. “Gênero” opõe-se, pois, a “sexo”: enquanto este último termo fica reservado aos aspectos estritamente biológicos da identidade sexual, o termo “gênero” refere-se aos aspectos socialmente construídos do processo de identificação sexual.

Façamos, então, a distinção dos significados atribuídos a sexo. Numa primeira acepção, sexo é a “conformação característica que distingue o macho da fêmea nos animais e

nos vegetais; as partes pudentas” (BRASIL, 1985). Numa outra acepção, a que mais interessará neste trabalho, sexo é “instinto genésico, atração sexual ou sua manifestação na vida e na conduta” (Dicionário Michaelis Online). Portanto, sexo será, aqui, entendido como prática sexual, o uso das “partes pudentas” de homens e mulheres na busca do prazer, uma manifestação do desejo.

Quando se fala em sexo, muitos fazem uma associação automática ao amor, entendendo esses termos como complementares, em que o primeiro seria uma “materialização” do segundo. Pensarei como os mais “liberais”, que uma coisa não está relacionada à outra. O conceito de amor a que este trabalho se refere também não é aquele da afeição entre, por exemplo, membros de uma família. Trato, aqui, das representações do *amor romântico*, na acepção que lhe dá Felipe (2007), a qual, em linhas gerais, define como um tipo de amor baseado na idealização do parceiro, que prega a fusão entre os amantes e a ideia de que duas pessoas se completam totalmente, nada mais lhes faltando, o que, para a autora, seria uma ilusão. Aliás, Furtado (2007, p.54) expõe a visão de amor romântico para os gregos da Antiguidade, que, fantasia à parte, serve como metáfora para explicar o conceito:

O homem, antes, era uma esfera: possuía quatro braços e quatro pernas, característica que lhe dava velocidade, força e destreza excelentes. Além disso, possuía altíssima capacidade intelectual, a ponto de cada homem bastar intelectualmente. Faltava-lhe, apenas, conhecer os deuses. Na ambição humana, esses homens subiram uns em cima dos outros, até chegarem às nuvens e, finalmente, encontrarem os deuses. Estes, entretanto, ficaram furiosos, e como castigo dividiram os homens ao meio: passaram a ter apenas uma cabeça, dois braços e duas pernas. O homem é condenado a desejar. O desejo nasce entre os humanos, que passam a amar e desejar uns aos outros, sem saber, entretanto, o que buscam ao se unirem, por não terem consciência de que desejam o retorno à unidade fundamental. Vivem condenados a desejar e incapazes de saber o quê.

É como dizemos hoje no senso comum, através das metáforas: a busca pela “alma gêmea”, pela “cara-metade”, pela “metade da laranja”, da “tampa da panela” ou, mais humorado, do “chinelo velho para um pé cansado”. Há, ainda para os gregos antigos, outra origem para o amor. Vejamos o que revela Diotima a Sócrates, contado nas palavras deste, em *O Banquete*, de Platão (2010, p. 147-8):

Quando nasceu Afrodite, banquetevam-se os deuses, e entre os demais se encontrava também o filho de Prudência, Recurso. Depois que acabaram de jantar, veio para esmolar do festim a Pobreza, e ficou pela porta. Ora, Recurso, embriagado com o néctar – pois vinho ainda não havia –, penetrou o jardim de Zeus e, pesado, adormeceu. A Pobreza então, tramando em sua falta de recurso engendrar um filho de Recurso, deita-se ao seu lado e pronto concebe o Amor. Eis por que ficou companheiro e servo de Afrodite o Amor, gerado em seu natalício, ao mesmo tempo que por natureza amante do belo, porque também Afrodite é bela. E por ser filho o Amor do Recurso e da Pobreza, foi esta a condição em que ele ficou. Primeiramente ele é sempre pobre, e longe está de ser delicado e belo, como a maioria imagina, mas é duro, seco, descalço e sem lar, sempre por terra e sem forro, deitando-se ao

desabrigo, às portas e nos caminhos, porque tem a natureza da mãe, sempre convivendo com a precisão. Segundo o pai, porém, ele é insidioso com o que é belo e bom, e corajoso, decidido e enérgico, caçador terrível, sempre a tecer maquinações, ávido de sabedoria e cheio de recursos, a filosofar por toda a vida, terrível mago, feiticeiro, sofista: e nem imortal é a sua natureza nem mortal, e no mesmo dia ora ele germina e vive, quando enriquece, ora morre e de novo ressuscita, graças à natureza do pai; e o que consegue sempre lhe escapa, de modo que nem empobrece o Amor nem enriquece, assim como também está no meio da sabedoria e da ignorância.

Em resumo, o “Amor” é filho da Pobreza e do Recurso, e, por isso, tem características de ambos: “duro, seco, descalço e sem lar” e, ao mesmo tempo, “corajoso, decidido e enérgico”. Casado com Afrodite, deusa da beleza, porque é “insidioso com o que é belo e bom”. A duas diferentes “origens” do “Amor” e do desejo de fusão entre duas pessoas nos ajudam a perceber as representações que hoje temos dele.

A METODOLOGIA DA ANÁLISE

Das possibilidades de análise a que Men’s Health e Women’s Health permitem, selecionei duas colunas em cada revista, pois estão presentes em todas as edições. Essas colunas mensais são constituídas de perguntas e considerações enviadas pelos leitores e de respostas dadas pelos seus colunistas, os quais parecem assumir papéis que se relacionariam com o seu público (o garçom, em Men’s Health, e o amigo *gay*, em Women’s Health). A partir dessas colunas, é possível verificar posições tanto dos leitores como das publicações.

Para efeitos metodológicos, chamarei, adiante, de *recorte* cada um dos trechos que extrairei das revistas, neles contidos inteiramente a pergunta/consideração do leitor e a consequente resposta por parte da coluna. Serão identificados com a letra *R* e por um número, por ordem de aparição neste trabalho, de forma que seja possível retomá-los ao avançarmos na análise. Em cada *recorte*, serão destacados enunciados sobre os quais me deterei na análise. Escolho chamá-los de *sequências discursivas*, aqui também identificadas por suas iniciais, *SD*, e por um número, que indicará a ordem de aparição no trabalho.

OS FUNDAMENTOS DA ANÁLISE

O papel atribuído à mulher nos últimos séculos anteriores ao nosso foi o da cuidadora, depositária da honra guardada pela imagem de um comportamento doméstico/domesticado. Assim, o amor e o sexo não se confundiam. A razão do sexo era o do prazer reservado ao homem, dado pela mulher. Os homens, por outro lado, atribuíam à prática sexual um sentido amoroso apenas na metáfora do amor, pois a prática do sexo, tradicionalmente, não se vinculava ao sentimento amoroso. Do ponto de vista da repressão sexual, a história da sexualidade pode ser dividida em dois momentos, como escrevem Martins e Soldatelli (1997, p. 33):

Uma no decorrer do século XVII: nascimento das grandes proibições, valorização exclusiva da sexualidade adulta e matrimonial, imperativos de decência e esquivia obrigatória do corpo, contenção e pudores imperativos da linguagem. A outra, no século XX, caracterizada como o momento em que os mecanismos da repressão teriam começado a afrouxar.

Porém, o recato e os pudores nos discursos sobre o sexo têm dado lugar, nos últimos três séculos, a uma incitação para “dele falar, para fazê-lo falar, para obter que fale de si mesmo, para escutar, registrar, transcrever e redistribuir o que dele se diz”, como lembra Foucault (1988, p. 40). Por outro lado, Bauman (2004, p. 19) percebe que o sentimento do amor, “em função da radical alteração das estruturas de parentesco às quais costumava servir e de onde extraía seu vigor e sua valorização”, teve facilitados os “testes pelos quais uma experiência deve passar a ser chamada de ‘amor.’” Para o autor, “em vez de haver mais pessoas atingindo mais vezes os elevados padrões do amor, esses padrões foram baixados.” O resultado disso é que expandiram-se as experiências que denominamos “amor”, e noites avulsas de sexo agora são chamadas de “fazer amor”. Assim, nas relações amorosas, o compromisso atrai por oferecer segurança, mas inquieta por comprometer a liberdade individual. A isso Bauman chama de *amor líquido*.

Se hoje expandiram-se as manifestações que recebem o nome de amor e tornaram-se menos rígidos os mecanismos que determinam diferentes papéis aos homens e mulheres, isso acontece em virtude da fluidez do nosso tempo, já que, conforme Rezende e Coelho (2010, p. 11), “os sentimentos são tributários das relações sociais e do contexto cultural em que emergem.” A esse respeito, Marcel Mauss (apud DAUSTER, 1984, p. 527) postulou que

as expressões dos sentimentos não são fenômenos meramente psicológicos ou fisiológicos, mas sociais. Portanto, nem são espontâneos, nem tão pouco, exclusivamente, individuais. São fatos sociais, constituem-se como linguagem e, enquanto manifestações coletivas, têm a força da obrigatoriedade.

Se falarei em diferenças na expressão dos sentimentos sobre amor e sexo, é preciso não esquecer que a “diferença é essencialmente um processo lingüístico e discursivo. A diferença não pode ser concebida fora dos processos lingüísticos de significação. A diferença não é uma característica: ela é discursivamente produzida” (SILVA, 2007, p. 87). Assim, a análise que farei das colunas de perguntas e respostas nas revistas *Men’s Health* e *Women’s Health* terá como base os pressupostos das Teorias do Discurso. Se não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia, o discurso parece ser lugar propício à observação da relação entre língua e ideologia. Os recortes vocabulares contidos nos textos dessas revistas, através das escolhas lexicais, têm uma lógica de significado. As marcas lingüísticas dessas revistas nos remeterão a certas posições ideológicas distintivas de gênero, já que, segundo Pêcheux, “todo processo discursivo se inscreve numa relação ideológica de classes” (1997, p. 92). Essas “classes” – ou gêneros – não têm um mesmo discurso: tomados os postulados de Pêcheux, podemos dizer que a

a língua se apresenta, assim, como a base comum de processos discursivos diferenciados. [...] É, pois, sobre a base dessas leis internas que se desenvolvem os processos discursivos, e não expressão de um puro pensamento, de uma pura atividade cognitiva, etc.. que utilizam ‘acidentalmente’ os sistemas lingüísticos.

Como se vê, não são “acidentais” os usos que se fazem da língua. A propósito, Pêcheux (ibid, p. 93) ressalta a inadequação do termo “instrumento de comunicação” ao nos referirmos à língua, pelo que veremos a seguir. O que é trazido por ele parece bastante adequado inclusive no que se refere ao funcionamento daquilo a que também chamamos de “instrumento de comunicação”, as revistas:

[...] a expressão ‘instrumento de comunicação’ deve ser tomada em sentido figurado e não em sentido próprio, na medida em que esse “instrumento” permite, ao mesmo tempo, a comunicação e a *não-comunicação*, isto é, autoriza a divisão sob a aparência da unidade, em razão do fato de não se estar tratando, *em primeira instância*, da *comunicação* de um sentido. (grifo do autor)

Essa *não-comunicação* submete os leitores, no caso dessas revistas, a um comando social que contribui para a fixação da ideologia contida nos seus discursos: não aparente, já que foi tornada “natural”, ou seja, foi naturalizada.

As ideologias contidas nos produtos midiáticos contribuem para alterações ou afirmação de nossas identidades. A produção e a difusão da ideologia se dão através dos discursos, como veremos na análise das revistas. Para a análise de produtos midiáticos, parece importante, antes, compreender como e que estratégias de convencimento são empregadas na

construção discursiva e, portanto, a tomada do conceito de *mito barthesiano* para manipulação do seu público torna-se questão igualmente relevante, pois “o objetivo do mito é, para Barthes, transformar a história em natureza, o que é cultural em natural” (CASALI, 1996, p. 4).

Vejamos, na análise dos discursos a seguir, como e onde conseguimos capturar de forma mais evidente a ideologia materializada pela língua.

O LUGAR DE ONDE SE FALA E PARA QUEM SE FALA

Tanto uma como outra, Men’s Health e Women’s Health têm um público leitor muito claro, que, em linhas gerais, pode ser assim definido: homens e mulheres entre aproximadamente 20 e 35 anos de idade, situados na classe média e na classe média alta, solteiros ou em algum tipo de relacionamento sem um vínculo mais firme, pessoas preocupadas com a beleza estética do corpo.

Da capa à contracapa, são exibidos corpos saudáveis, conquistados pelo exercício físico em academias, e profissionais bem colocados no mercado. Percebe-se que são revistas com leitores privilegiados do ponto de vista econômico e cultural: os anúncios publicitários vendem produtos importados e marcas pouco populares; as receitas exigem ingredientes que não são encontrados a preços baixos; as dicas culturais e de viagem são acessíveis a um extrato bastante limitado dos brasileiros. O preço da revista já é um limitador de público: R\$ 12 reais.

Publicações mensais, Men’s Health e Women’s Health trazem dicas de saúde, de comportamento, de moda e de sexo, e são facilmente visíveis suas ligações com o uso do corpo: como cuidá-lo, como tratá-lo, como usá-lo, como vesti-lo; tudo para deixá-lo mais atraente para **conseguir mais parceiros**.

COMO OS DISCURSOS EMERGEM E COMO CONTAM A HISTÓRIA DE SUA ORIGEM

A linguagem se situa entre a história e a ideologia. Aquilo que é enunciado é socialmente orientado, buscando adaptar-se ao contexto e, sobretudo, a interlocutores concretos. A configuração discursiva de cada veículo utiliza valores de um imaginário acerca dos papéis do feminino e do masculino. É o que se vê, por exemplo, na pergunta feita pela leitora em SD1 (“Como mostro que sou digna dele?”) ou ainda na resposta do “vizinho” em SD3 (“Aprendeu que, quando há interesse, quem liga é o homem, e não a mulher.”). No

primeiro caso, a dúvida da leitora traz uma questão histórica sobre o papel da mulher: ser digna do homem; e, no exemplo de Men's Health, o papel socialmente atribuído a homens e mulheres após um encontro: ele telefonar e ele esperar seu telefonema. Parece evidente a quem pertenceria o controle nessa relação.

É nesse sentido que os discursos, porque são confluência de história e ideologia, contam sua origem e falam da posição ideológica de quem os produz.

UMA IMAGEM DO MUNDO, SUAS RELAÇÕES E SUAS REPRESENTAÇÕES

Amor, casamento e sexo são, como visto acima, construções sociais. Somos regidos atualmente pelo mito do amor romântico. Nele, sentimentos como ciúme, medo da traição, a necessidade de os casais gostarem das mesmas coisas, etc, são vistos como normais – e necessários, sem os quais não existiria “amor” no relacionamento. Vejamos a pergunta de uma leitora e a resposta a ela, na coluna “Pergunte ao vizinho”, edição de maio de 2011 (p. 96) de Women's Health:

“Meu namorado nunca mudou o relacionamento no Orkut e no Facebook para ‘namorando’. Será que ele está tentando camuflar que tem namorada? (M. R., por e-mail)

Preocupada vizinha, sou um pouco radical com relação a ciúme. Por mais natural que o sentimento seja, SD4 seus efeitos são desgastantes e muitas vezes destrutivos. Solteiros e casados têm direito a um pouco de privacidade, a um espaço para serem apenas eles mesmos,

e não um casal. Muitas dessas redes sociais proporcionam essa sensação sem a intenção concreta de trair. Não posso dizer se o desejo da traição existe ou não de fato no seu namorado, mas garanto que, se existe, o status solteiro/namorando não fará a menor diferença. Sem algo concreto que o incrimine, tudo é encanação. E, ao que parece, é tudo que você tem no momento.”

Até que ponto podemos dizer que um sentimento é natural? O que expressamos é mesmo sentimento – interno, íntimo, individual – ou produto de uma cultura que, digamos assim, “ensinou-nos” que é dessa forma? Mauss, como vimos acima, fala na “expressão obrigatória dos sentimentos”, fazendo-nos crer que é necessária “uma distinção entre o sentimento, entendido como individual e não cultural, e sua expressão, vista como regada por prescrições sociais” (REZENDE; COELHO, 2010, p. 24). Desde pequenos, somos

“ensinados” a demonstrar, na proporção certa, sentimentos: de luto, de raiva, de medo... e de amor e de ciúme. Isso leva a crer que existiria um sentimento sentido e um sentimento expresso; o primeiro ligado à esfera privada e o outro, à pública. A representação de amor, nos relacionamentos modernos, “exige” (demonstrações de) sentimentos de ciúme. Isso quer dizer que os padrões culturais de uma sociedade formatam as relações entre as pessoas, de onde emerge a vivência emocional individual. A experiência individual da emoção, do sentimento, e os comportamentos são marcados por aspectos que estruturam nossas concepções – ocidentais: preconceitos, relações de poder, fundamentos morais etc.

A esse respeito, Foucault fala sobre a “moralidade dos comportamentos”. Para ele, “não existe ação moral particular que não se refira à unidade de uma conduta moral” (1984, p. 37). Assim, no que tange à sexualidade (o que também pode ser estendido a outras práticas e concepções), existem três eixos que a constituem: “a formação dos saberes que a ela se referem, os sistemas de poder que regulam sua prática e a forma pelas quais os indivíduos podem e devem se reconhecer como sujeitos dessa sexualidade” (ibid, p. 10-1).

Sobre o relacionamento amoroso, da coluna “Pergunte ao amigo *gay*”, na edição de abril de 2011 de *Women’s Health* (p. 93), retiramos o seguinte trecho:

“Minha irmã está namorando e o cara é de outra religião. Ela está pensando em se converter. Não é demais, não? (P. M., RJ)

Não. O amor tem dessas coisas. SD5 É todo um projeto de vida. SD6 E, às vezes, vale a pena SD7 mergulhar de cabeça, até as últimas conseqüências. Fora que ela estará contribuindo para a paz mundial: mudar de religião é um exercício de tolerância, é abrir mão de algumas coisas e aprender muitas outras. Além do mais, no fundo, todas as religiões pregam a mesma mensagem: justiça, amor ao próximo, ser uma pessoa legal. Lembre-se disso e apóie as decisões dela.”

Para o “amigo *gay*”, mudar de religião pelo companheiro é um esforço emocional de fusão com o outro que “vale a pena”, afinal, o “amor tem dessas coisas” (ressalte-se: pena = penitência, punição). O surgimento de um sentimento de necessidade de “adequar-se” ao outro é um atestado da existência de hierarquia, reivindicada implícita ou explicitamente por quem, implícita ou explicitamente, está no pólo de poder da relação. É por isso que é possível (re)afirmar que aos conceitos de amor e de sexo vinculam-se questões de gênero, posições políticas, estereótipos de feminino e masculino e, como vimos, relações de poder.

O QUE DIZEM OS DISCURSOS?

Não detalhei até aqui, propositalmente, a organização das colunas que analiso. Faço-o agora, pois, a partir disso, veremos que elas também falam sobre si.

Em Men's Health, "Gil, o garçom", não foi escolhido ao acaso como personagem para responder aos leitores: está presente a idéia de que homens saem, vão a bares, confraternizam com outros homens, bebem, e quando bebem "abrem o coração" e falam de questões mais íntimas, como "dúvidas sobre mulheres, emprego e outras coisas que dão trabalho", definição logo abaixo do nome da coluna. Destaco aqui a idéia de que "mulheres dão trabalho", muito difundida entre os homens (e quase consenso entre as mulheres), já que, percebe-se nas perguntas e respostas da coluna, mulheres precisam ser cuidadas, agradadas, presenteadas, lembradas, discutem a relação.

Outra personagem a quem os homens também se permitem "abrir o coração" é a "nossa adorável colega", na coluna "Pergunte à vizinha, por Carol Toledo", e que revela, conforme a definição da coluna, "a verdade nua e crua sobre as mulheres", desvendando os "segredos" das mulheres que os homens não conseguem acessar.

Na versão feminina, as mulheres também têm um aliado: o amigo *gay*, da coluna "Pergunte ao amigo *gay*: se você ainda não tem o seu, Tony Goes responde às suas dúvidas sem dó. Mas é para o seu bem". Nela, leitoras têm respondidas suas perguntas sobre comportamentos de amigas, colegas de trabalho, relacionamentos, roupas. Diferentemente de Men's Health, o "melhor amigo" da leitora é alguém próximo (um amigo *gay*), não um garçom, que poderia ser encontrado ao acaso. E por que um *gay* não é a pessoa para quem os homens "abrem o coração"? Isso se explica porque homens (os mais conservadores, pelo menos) não se aproximam de homossexuais com a mesma facilidade que as mulheres, pois isso ameaça a "honra" masculina, coloca sob suspeição a sua condição de "macho" – e não há nada que seja tão temido por muitos homens. Aliás, Men's Health, a todo tempo, mostra um discurso de reafirmação dessa condição: a cultura do corpo, a busca por parceiras, a "heterossexualidade" como padrão de comportamento. Ao dar o exemplo da próxima coluna que discutirei, mais abaixo, isso deverá ser esclarecido.

Em Women's Health, as leitoras da coluna "Pergunte ao vizinho" também têm um aliado: "Marco Nobre entrega o que os homens pensam, e ele não toma chá de sumiço". Analisemos a pergunta da leitora e a resposta do "vizinho", na edição de fevereiro de 2011, p. 96:

“Meu marido se sente feio, fraco, desinteressante e triste. E me responsabiliza por parte disso, dizendo que não o elogio. Que elogios os homens gostam de ouvir, em todos os sentidos? (C. N., por e-mail)

*Gostamos de vários elogios. O melhor é sobre a nossa inteligência, mesmo que não seja verdade – verdade, aliás, não é algo a que nós homens sejamos muito apegados. Elogie também a força e a virilidade dele, com algo do tipo ‘Nossa, como você está forte’ e ‘Adoro a forma como você me pega’. **SD8** Mas o problema do seu marido é um pouco mais sério. Diga que o ama, que quer ajudá-lo a superar essa fase e sugira uma visita a um terapeuta. Os sintomas já são perigosos e pedem ajuda profissional.”*

A dica do “vizinho” toca no que parecem ser fundamentalmente as características centrais da dita “identidade masculina”: a força física e o desempenho sexual. A esse respeito e sobre o trecho destacado acima, o estudo feito por Cesar Sabino (2010, p. 99-100) é bastante esclarecedor. Na pesquisa feita com homens e mulheres que freqüentavam academias de musculação/ginástica, Sabino pôde verificar que grande parte das mulheres se preocupava basicamente em agradar a determinado tipo de homem, fazendo exercícios físicos para serem “gostosas”, terem “bunda legal” e “perna grossa”. Os homens, por outro lado, não buscavam uma “beleza-masculina-para-a-mulher”. O objetivo de sua frequência à academia seria a busca pela força muscular e pela forma musculosa que estaria, a princípio, estabelecida pelo tamanho. Ainda segundo o estudo de Sabino, os homens se exercitariam para se tornarem grandes, temidos e respeitados **entre eles mesmos**, o que lhes conferiria prestígio e *status* e, consequência disso, conquistariam mais mulheres. Em resumo: homens se exercitariam para si e as mulheres se exercitariam mais diretamente para o homem, já que seu “poder”, nas palavras de Sabino, seria “proporcional à capacidade de sedução de sua forma”.

A manutenção de um “corpo belo”, abordado com ênfase em ambas as revistas, é uma estratégia de conquista de parceiros. Vejamos, em SD9, como é abordada a capacidade de representar-se como objeto do desejo a partir daquilo que ela acredita ser o ideal:

*“Vizinho, tenho 25 anos, não sou feia, não me visto mal e não sou vulgar, mas não chega homem em mim nas baladas. SD9 Preciso de dicas sobre como paquerar. (J. H., por e-mail) Querida vizinha, entre ‘não ser feia’ e ‘ser bonita’ existe uma imensa distância semântica e psicológica. Vamos começar com pensamentos mais afirmativos e menos destrutivos. A partir de hoje, você **É BONITA, VESTE-SE BEM** e, acima de tudo, **É MUITO SEXY.** Sentimentos são contagiantes SD10 e, quando o assunto é sedução, nós, homens, somos bastante sensíveis.”*

As características que a leitora se atribui fazem parte daquilo que parece ser consenso para se conseguir um parceiro. Não sendo feia, não se vestindo mal e não sendo vulgar, conseguiria que os homens “chegassem” nela nas baladas; logo, fica implícito que quem é feio, se veste mal e é vulgar teria uma tarefa mais difícil. No entanto, como chama atenção o “vizinho”, “não ser feia” não significa ser bonita (“uma imensa distância semântica”). Dizendo-se não ser feia, o que se pode extrair é que também a leitora, ao que parece, não se considera *idealmente* bonita.

Para o “vizinho”, “sentimentos são contagiantes” e funcionam também como uma forma de linguagem: “A expressão dos sentimentos é uma linguagem, em que o indivíduo comunica aos outros aquilo que sente em um código comum, nesse movimento comunicando também a si mesmo suas emoções” (REZENDE; COELHO, op. cit., p. 48).

Retomemos o que foi dito anteriormente, que uma dita “identidade masculina” parece estar centrada na força física e – consideremos isto no recorte abaixo – no desempenho sexual:

“Fico com um cara que nunca avança até os finalmentes. Na vez em que chegou mais perto, broxou. Ele não vai até o fim por medo de broxar de novo? (P. D., BA)

Certamente. Eu nem gosto de citar essa palavra, mas brox... é a pior coisa que pode acontecer a um homem. SD11 Ele deve estar tão nervoso que nem consegue avançar. Você precisa ajudá-lo, com calma. Sugiro duas doses da bebida preferida do rapaz – nem mais nem menos. Depois, encontre formas de se excitar com a brincadeira. Quanto mais relaxada você estiver, mas seguro ele ficará.”

A perda, mesmo que momentânea, da capacidade de ereção é, em SD11, a “morte” do que parece ser o estandarte da “masculinidade”: “é a pior coisa que pode acontecer a um homem”. A impotência, e transpondo-a para outros aspectos, é o assujeitamento do homem, a incapacidade, a perda do controle e, por analogia, aquilo a que verdadeiramente temem os

homens em seus discursos: ser passivo (como, por exemplo, em R8: o leitor pergunta se deveria “dar o troco” diante da afronta que foi, para aquele leitor, um amigo seu ter “pegado” a menina que ele gostava. Não “dar o troco” seria assujeitar-se a uma condição de fraqueza).

Vimos, neste tópico, como as concepções de amor e de sexo são perpassadas por ideologias que reforçam papéis socialmente atribuídos aos gêneros. Os discursos desses sujeitos, portanto, dizem-nos mais do que sobre aqueles conceitos: reforçam práticas e nos dão a dimensão de onde partem.

Avancemos na análise, refletindo sobre o mecanismo de fixação das posições ideológicas.

ESTRATÉGIAS DE MANUTENÇÃO DO DISCURSO

Os discursos causam efeitos e, através da ideologia que contêm, contribuem para moldar identidades. A estratégia usada para manter o discurso é “naturalizá-lo”, fazendo-nos “aceitar as estruturas sociais existentes como boas e desejáveis” (SILVA, 2007., p. 31).

“Gilsimonha, xavequei a menina, ela aceitou, me apresentou à família, disse que queria casar e depois entrou numa de falar de ex. E aí pulou fora. Fiquei gamado. E agora? (U. V., por e-mail)

Pule fora. ‘Desgame’ logo Vá fazer uma viagem. Recorra à sua agenda de amigas de benefício. SD13 Sei lá, esse comportamento dela, essa oscilação brusca é muito estranha. Tem coisa no ar: talvez um ex, pelo qual ela fosse gamada, a esteja rondando de volta. Vai ver esse cara tá a fim de trocar o óleo e a moça já acha que é casório. SD14 Aliás, a velocidade com que ela levou você à família dela e quase ao altar me soa desespero. SD15 Talvez ela quisesse dar o troco em alguém. Seria esse ex aí? Você já parou para pensar que talvez ele tenha dado um pé nela justamente porque não pensava em casamento tão rápido? Dá uma pensada, U.? Pode não ser nada disso. Mas pode ser. Vasto mundo, diria Drummond.”

A resposta de “Gil, o garçom”, personagem da revista, define o que já é “natural” para os leitores de Men’s Health: homens só “querem trocar óleo” (SD14), sem compromisso com relacionamentos mais duradouros; e mulheres querem “casório” (idem).

Mas o recorte acima nos permite uma análise mais detalhada sobre as expressões lingüísticas utilizadas: “trocar óleo” é coisa sem a qual a máquina não funciona. Isso implica repetição eventual do procedimento, de forma que assegure o seu bom funcionamento. Em

outras palavras, “trocar o óleo”, no sentido metafórico da prática sexual, seria uma “necessidade” masculina. Mas e as mulheres? No discurso da revista, mulheres querem “casório” – não casamento. “Gil, o garçom” recorre ao sufixo *-ório*, que, em muitas palavras da língua portuguesa, reflete depreciação, como em *simplório*, *palavrório*. É coisa pouca, sem importância, impertinente, conferindo esse caráter ao enlace matrimonial que, imagina-se, seria desejado pela “moça”. Aliás, “cara” e “moça” (ainda em SD14) designam respectivamente o homem e a mulher, mas com associações diferentes entre si: no primeiro, a “desimportância” daquele indivíduo que compete com o outro; no segundo, o sentido parece ser, digamos assim, mais respeitoso, algo como “jovem senhorita”. Ou seja, aquele que só quer “trocar o óleo” é um “cara”, não merece respeito ou importância; quem quer casamento – mesmo que a ele não se dê a importância que uns atribuem – é mais digno de um tratamento mais qualificado.

CONTRASTES ENTRE AS FORMAS DE FALAR

Em que pesem que os processos discursivos são inscritos em relações ideológicas de classes, é possível verificar neles posições contrastivas. Em R9, para o leitor de Men’s Health, casamento era *casório*, no sentido depreciativo que o sufixo lhe confere. Vejamos, em Women’s Health (R10), a associação feita para o seu público:

“Namoro a cinco anos, ficamos noivos recentemente e o casamento está marcado para daqui a seis meses. Estou apavorada e não sei se quero. E agora? Eu não deveria estar pulando de alegria como todas as mulheres? SD16 (M. C., SP)

Deveria. A vida de casada não é exatamente um mar de rosas – mas, se você já está meio desanimada seis meses antes, então é melhor nem começar. Essa é a época em que você deveria estar excitadíssima, escolhendo o modelo do vestido, as flores da igreja, o formato da fivelinha do sapato da daminha, sonhando com a lua de mel... E com todas as suas amigas encalhadas babando de inveja. SD17 Mas parece que você trocaria de lugar com uma delas com o maior prazer. Então cancele tudo: é melhor pular fora seis meses antes do que seis meses depois. Assim você evita gastar uma fortuna e um sofrimento ainda maior no futuro.”

A mulher que casa deixa as amigas “babando de inveja”; a que não casa é “encalhada”, adjetivo que assume caráter pejorativo para quem encontrou obstáculo no caminho – fazendo-nos crer que, para Women’s Health, essa seria a direção *natural* das mulheres: não encontrá-la geraria *desespero* (“a velocidade com que ela levou você à família

dela e quase ao altar me soa desespero”, em SD15). Nesse sentido, casamento (ligado ao amor) é “todo um projeto de vida” (SD6). A leitora em questão, no entanto, tem dúvida, e se questiona a respeito do seu receio, afinal, ela “deveria estar pulando de alegria **como todas as mulheres**”. Ela seria, entretanto, a exceção.

Essas diferentes posições entre gêneros são produzidas nas relações sociais, mas não permanecem no âmbito da interação: têm efeitos significativos para a coletividade de um modo geral. Aliás, Rezende e Coelho (op.cit, p. 23) lembram que já houve publicações que apontavam as manifestações emotivas como produtos de certas reações químicas cerebrais: se homens e mulheres têm características cerebrais distintas, também a experiência emocional seria diferente. Pensando dessa forma, alertam as autoras, “as emoções teriam vários atributos em comum com os fenômenos corporais. Por exemplo, apresentariam muitas vezes o mesmo caráter involuntário e espontâneo que muitas reações corporais”. Como caráter impulsivo, os sentimentos fugiriam ao controle do sujeito. “Porém, se levarmos em conta que desde cedo na infância se aprende como, quando e com quem expressar os sentimentos, torna-se difícil encontrar um estado inicial no qual as emoções seriam vivenciadas em estado puro, de forma espontânea e sem controle algum” (id., p. 31).

Nesse sentido, podemos dizer que a expressão dos sentimentos tem um caráter ritualizado – expressão essa diferente para ambos os gêneros. Assim, resumem as autoras, a expressão dos sentimentos, “é uma linguagem, em que o indivíduo comunica aos outros aquilo que sente em um código comum” (p. 48).

SOBREPOSIÇÕES NOS DISCURSOS

Mencionei, anteriormente, a fluidez das relações em nosso tempo, a que Bauman chamou de “amor líquido”. Para ele, numa cultura do consumo como é a nossa, a satisfação imediata dos desejos e o prazer que não exija esforços prolongados são modelos inclusive para nossa experiência amorosa, como podemos ver em SD11 (“Pule fora. ‘Desgame’ logo Vá fazer uma viagem. Recorra à sua agenda de amigas de benefício”), que coincide com SD2 (“Tenha certeza: você não perdeu nada”).

Se, anteriormente, pudemos constatar, no discurso das revistas, que amor e sexo assumiam diferentes concepções para homens e mulheres, aqui podemos verificar que, tanto para homens quanto para mulheres, os parceiros do amor e do sexo assumem um formato de mercadorias – porque funcionariam na lógica de uma cultura consumista –, em que, na analogia, a facilidade ao acesso, o pouco preço e satisfação instantânea regem o “mercado”.

CONCLUSÕES

Os discursos mantêm-se, de um modo geral, porque têm a força da unidade, de transformar o que é cultural em natural e, por isso mesmo, em universal. O conteúdo dos discursos é, portanto, elemento de práticas ideológicas locais e não-naturais. Assim, não se pode dizer o que se quer: se o sujeito é um ser social captado em um espaço coletivo, o discurso exige representações e exclusões.

Nos discursos, reforçam-se relações de poder, onde, nessas relações, o masculino ocupa o pólo de poder da relação, fato ainda ligado a valores de uma sociedade patriarcal.

São reforçados, ainda, os discursos que atribuem ao sentimento do amor e do desejo um caráter involuntário: “amar” aquela pessoa seria uma determinação, um destino. Embora seja livre para agir em nome do amor, o sujeito não é livre para não amar ou, ainda, para escolher a quem amar.

Parece estar vinculada, ainda, uma natureza que seria, no discurso das revistas, menos “emotiva” nos homens e o contrário nas mulheres, revelando uma possível fraqueza do feminino, justificada pela subjugação dessa parte mais fraca em virtude de seu menor controle das emoções.

Os discursos que vimos contam sua origem, falam de si e das instituições que os mantêm. Nas sobreposições e contrastes discursivos, é desenhada uma imagem da sociedade em que emergem, das suas relações e das suas representações, entre elas o amor romântico, a ideia de completude das relações amorosas e, na falta dessa completude, com a não satisfação do desejo, a busca por novas experiências de amor e de “fazer amor”.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRASIL. Ministério da Educação, Fundação de Assistência ao Estudante. **Dicionário Escolar da Língua Portuguesa**. Org.: BUENO, Francisco da Silveira. 11ª edição, 9ª tiragem. Rio de Janeiro: FAE, 1985.

CASALI, Caroline. **Dois femininos, dois discursos: o tratamento da tensão entre o amor e a amizade nas revistas Todateen e Malu**. UNIREvista – Vol. 1, nº 3. Julho de 2006.

Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrev_Casali.PDF>. Acesso em: 30 de novembro de 2010.

DAUSTER, Tania. **A invenção do amor: amor, sexo e família em camadas médias urbanas**. 1984. Disponível em:

<<http://www.abep.nepo.unicamp.br/docs/anais/pdf/1984/T84V01A21.pdf>>. Acesso em: 1º de dezembro de 2010.

DICIONÁRIO Michaelis Online. Disponível em:

<<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=sexo>>. Acesso em: 17 de junho de 2011.

FELIPE, Jane. **Do amor (ou de como *glamourizar* a vida): apontamentos em torno de uma educação para a sexualidade**. 2007. Disponível em: <<http://www.geerge.com/>>. Acesso em: 11 de maio de 2010.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. 20 reimp. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **História da sexualidade II: o uso dos prazeres**. 13 ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

FURTADO, Pedro Calabrez. **Do egoísmo à juventude eterna: olhares sobre os discursos de amor e desejo na revista Nova**. Contemporânea, nº 9, 2007/2. Disponível em:

<http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_09/contemporanea_n9_46_pcalabrez.pdf>.

Acesso em: 30 de novembro de 2011.

MARTINS, Paulo César Ribeiro; SOLDATELLI, Maira Meneguzzi. **Sexo e poder: uma reflexão histórica**. In: Revista Brasileira de Sexualidade Humana, volume 9 – número 1. 1998. Disponível em:

<http://www.adolec.br/bvs/adolec/P/pdf/volumes/volume9_1.pdf>. Acesso em: 17 de junho de 2011.

PLATÃO. **O banquete, ou, Do amor**. Tradução, introdução e notas de J. Carvalho de Souza. 6 ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2010. 192p.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** Tradução Eni Orlandi et al. 3 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

REZENDE, Claudia Barcellos; COELHO, Maria Claudia. **Antropologia das emoções.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

SABINO, Cesar. **Musculação: expansão e manutenção da masculinidade.** In: GOLDENBERG, Mirian (org.). Os novos desejos: das academias de musculação às agências de encontro. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Documentos de identidade; uma introdução às teorias do currículo.** 2 ed. 11 reimp. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

RECORTES (ANEXOS)

Coluna Pergunte ao amigo gay, em Women's Health

Recorte 1

“Meu namorado é ‘gaúcho da fronteira’ e eu sou paulista. Minha sogra diz que não sou mulher para ele por não saber suas tradições, como fazer churrasco. Como mostro que sou digna dele? **SD1** (M. R., PR)

Aprenda a fazer churrasco. Na boa: se você não é vegetariana, que mal tem em saber preparar esse prato favorito do seu namorado? Ok, talvez você seja daquelas tão ruins na cozinha que queimam até água – então aprenda a cantar *Prenda Minha* ou a remendar bombachas. O que você não deve é se mostrar refratária à cultura do seu talvez-futuro-marido. As pessoas se orgulham do lugar de onde vêm, e o mínimo é você se mostrar interessada. Desse jeito, vai conquistar a família dele e talvez até responder ‘bá, tri-legal’ quando o padre fizer aquela pergunta no altar.”
(Edição de fevereiro de 2011. Página 94)

Coluna Pergunte ao vizinho, em Women's Health.

Recorte 2

“Troquei telefones com um cara que pediu para eu ligar no dia seguinte. Liguei dois dias depois para não dar muita moral, mas ele não atendeu. Mande um SMS fazendo piadinhas e telefonei de novo, mas ele continuou não atendendo. Por que deu o número se não queria falar comigo? (N. L., por *e-mail*)

Deixe-me adivinhar. No dia em que ele deu o telefone, tinha tomado algumas, não? Estava empolgado, sedutor, falastrão... Pois é, ele não é assim. Deve ser retraído, medroso e chato. Tenha certeza: você não perdeu nada, SD2 mas aprendeu. Aprendeu que não deve deixar para amanhã o que pode fazer hoje. Aprende que, quando há interesse, quem liga é o homem, e não a mulher. **SD3** E, principalmente, aprendeu a não levar a sério promessas de bêbado.
(Edição de fevereiro de 2011. Página 96)

Recorte 3

“Meu namorado nunca mudou o relacionamento no Orkut e no Facebook para ‘namorando’. Será que ele está tentando camuflar que tem namorada? (M. R., por *e-mail*)

Preocupada vizinha, sou um pouco radical com relação a ciúme. Por mais natural que o sentimento seja, **SD4** seus efeitos são desgastantes e muitas vezes destrutivos. Solteiros e casados têm direito a um pouco de privacidade, a um espaço para serem apenas eles mesmos, e não um casal. Muitas dessas redes sociais proporcionam essa sensação sem a intenção concreta de trair. Não posso dizer se o desejo da traição existe ou não de fato no seu namorado, mas garanto que, se existe, o status solteiro/namorando não fará a menor diferença. Sem algo concreto que o incrimine, tudo é encanação. E, ao que parece, é tudo que você tem no momento.”
(Edição de maio de 2011. Página 96)

Coluna Pergunte ao amigo gay, em Women’s Health

Recorte 4

“Minha irmã está namorando e o cara é de outra religião. Ela está pensando em se converter. Não é demais, não? (P. M., RJ)

Não. O amor tem dessas coisas. **SD5** É todo um projeto de vida. **SD6** E, às vezes, vale a pena **SD7** mergulhar de cabeça, até as últimas conseqüências. Fora que ela estará contribuindo para a paz mundial: mudar de religião é um exercício de tolerância, é abrir mão de algumas coisas e aprender muitas outras. Além do mais, no fundo, todas as religiões pregam a mesma mensagem: justiça, amor ao próximo, ser uma pessoa legal. Lembre-se disso e apóie as decisões dela.”
(Edição de abril de 2011. Página 93)

Coluna Pergunte ao vizinho, em Women’s Health.

Recorte 5.

“Meu marido se sente feio, fraco, desinteressante e triste. E me responsabiliza por parte disso, dizendo que não o elogio. Que elogios os homens gostam de ouvir, em todos os sentidos? (C. N., por e-mail)

Gostamos de vários elogios. O melhor é sobre a nossa inteligência, mesmo que não seja verdade – verdade, aliás, não é algo a que nós homens sejamos muito apegados. Elogie também a força e a virilidade dele, com algo do tipo ‘Nossa, como você está forte’ e ‘Adoro a forma como você me pega’. **SD8** Mas o problema do seu marido é um pouco mais sério. Diga que o ama, que quer ajudá-lo a superar essa fase e sugira uma visita a um terapeuta. Os sintomas já são perigosos e pedem ajuda profissional.”

(Edição de fevereiro de 2011. Página 96)

Coluna Pergunte ao vizinho, em Women's Health.

Recorte 6

“Vizinho, tenho 25 anos, não sou feia, não me visto mal e não sou vulgar, mas não chega homem em mim nas baladas. **SD9** Preciso de dicas sobre como paquerar. (J. H., por *e-mail*)

Querida vizinha, entre ‘não ser feia’ e ‘ser bonita’ existe uma imensa distância semântica e psicológica. Vamos começar com pensamentos mais afirmativos e menos destrutivos. A partir de hoje, você É BONITA, VESTE-SE BEM e, acima de tudo, É MUITO SEXY. Sentimentos são contagiantes **SD10** e, quando o assunto é sedução, nós, homens, somos bastante sensíveis.”

(Edição de março de 2011. Página 96)

Coluna Pergunte ao vizinho, em Women's Health.

Recorte 7

“Fico com um cara que nunca avança até os finalmentes. Na vez em que chegou mais perto, broxou. Ele não vai até o fim por medo de broxar de novo? (P. D., BA)

Certamente. Eu nem gosto de citar essa palavra, mas brox... é a pior coisa que pode acontecer a um homem. **SD11** Ele deve estar tão nervoso que nem consegue avançar. Você precisa ajudá-lo, com calma. Sugiro duas doses da bebida preferida do rapaz – nem mais nem menos. Depois, encontre formas de se excitar com a brincadeira. Quanto mais relaxada você estiver, mais seguro ele ficará.”

(Edição de março de 2011. Página 96)

Coluna Gil, o garçom, em Men's Health.

Recorte 8

“Gil, meu velho, há uns meses estive deprimido: um amigo pegou a menina que eu gostava. Hoje, a menina que ele gosta fica passando na minha janela de fio dental e comendo banana. Dou o troco? **SD12**” (F. C., por *e-mail*)

“Primeiro, ele sabia que você curti a moça? Se sim, vá em frente: ele já estabeleceu o código de conduta da brodagem de vocês. Mas invista só se você estiver realmente a fim da menina. Usar pessoas para magoar outras é uma atitude pobre, de gente medíocre. Ter uma pegada ‘dente por dente’, essa coisa de apostar em vingança porque vai fazer você mais macho, é coisa de homem raso, desprovido de intelecto. Mas se ele não sabia que você curti

a moça, pense duas vezes: o que vale mais, uma amizade ou um bimbo? Dependendo do bimbo...”

(Edição de fevereiro de 2011. Página 15)

Coluna Gil, o garçom, em Men's Health.

Recorte 9.

“Gilsimona, xavequei a menina, ela aceitou, me apresentou à família, disse que queria casar e depois entrou numa de falar de ex. E aí pulou fora. Fiquei gamado. E agora?

(U. V., por *e-mail*)

Pule fora. ‘Desgame’ logo Vá fazer uma viagem. Recorra à sua agenda de amigas de benefício. **SD13** Sei lá, esse comportamento dela, essa oscilação brusca é muito estranha. Tem coisa no ar: talvez um ex, pelo qual ela fosse gamada, a esteja rondando de volta. Vai ver essa cara tá a fim de trocar o óleo e a moça já acha que é casório. **SD14** Aliás, a velocidade com que ela levou você à família dela e quase ao altar me soa desespero. **SD15** Talvez ela quisesse dar o troco em alguém. Seria esse ex aí? Você já parou para pensar que talvez ele tenha dado um pé nela justamente porque não pensava em casamento tão rápido? Dá uma pensada, U.? Pode não ser nada disso. Mas pode ser. Vasto mundo, diria Drummond.”

(Edição de fevereiro de 2011. Página 15)

Coluna Pergunte ao amigo gay, em Women's Health

Recorte 10

“Namoro a cinco anos, ficamos noivos recentemente e o casamento está marcado para daqui a seis meses. Estou apavorada e não sei se quero. E agora? Eu não deveria estar pulando de alegria como todas as mulheres? **SD16** (M. C., SP)

Deveria. A vida de casada não é exatamente um mar de rosas – mas, se você já está meio desanimada seis meses antes, então é melhor nem começar. Essa é a época em que você deveria estar excitadíssima, escolhendo o modelo do vestido, as flores da igreja, o formato da fivelinha do sapato da daminha, sonhando com a lua de mel... E com todas as suas amigas encalhadas babando de inveja. **SD17** Mas parece que você trocaria de lugar com uma delas com o maior prazer. Então cancele tudo: é melhor pular fora seis meses antes do que seis meses depois. Assim você evita gastar uma fortuna e um sofrimento ainda maior no futuro.”

(Edição de março de 2011. Página 95)