

O novo (velho) homem: o masculino nos livros de autoajuda¹

The new (old) man: the masculine image in self-help books

El nuevo (viejo) hombre: masculinidad en los libros de auto-ayuda

Sônia Almeida

Mestre em Psicologia Clínica, Especialista em Terapia de Família e Casal e em Sexualidade Humana. Psicóloga Clínica. Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. Brasil.
sonia.almeida.victoy@gmail.com

Bernardo Jablonski

Docente. Doutor em Psicologia Social, Professor do Departamento de Psicologia da PUC-Rio. Bolsista de Produtividade do CNPq. Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. Brasil.
bjablonski@uol.com.br

O novo (velho) homem: o masculino nos livros de autoajuda

Resumo

O presente trabalho aborda o tema da imagem masculina sob o aspecto da comunicação interpessoal em duas obras de **autoajuda** para casais: **Por que os homens fazem sexo e as mulheres fazem amor?** de Pease e Pease, e **Homens são de Marte, mulheres são de Vênus**, de Gray. Partindo de pressupostos da psicologia social e de contribuições teóricas de ciências afins, e utilizando como instrumento metodológico o MEDs (Método de Explicitação do Discurso Subjacente), são contempladas questões referentes ao livro de **autoajuda** com relação aos papéis masculinos. As duas obras reverberam predominantemente uma imagem masculina já encontrada na sociedade, disponibilizando para o homem um leque de condutas que, provavelmente, o levará aos mesmos conflitos já vivenciados por ele. Os resultados desta pesquisa visam trazer subsídios para um melhor entendimento sobre a condição sociocultural do homem na atualidade.

Palavras-chave: Autoajuda; Comunicação homem-mulher; Papéis de gênero; Identidade masculina; Psicologia social.

The new (old) man: the masculine image in self-help books

Abstract

This work deals with the male image in the light of interpersonal communication, in two self-help books for couples: **Why men don't listen and women can't read maps?** by Pease and Pease, and **Men are from Mars, Women are from Venus**, by Gray. Taking into account social psychology approaches and some other related sciences, and in the methodology of UDUM - Underlying Discourse Unveiling Method, this work addresses the role of man under the view of self-help books. The discourse of these self-help books confirms the male image that can be seen in society and they provide tips that likely lead man to the same relationship issues. The results of this research highlight some possibilities of reaching a better understanding about the social cultural condition of the **new man**.

Keywords: Self-help; Male female communication; Gender roles; Male identity; Social psychology.

El nuevo (viejo) hombre: masculinidad en los libros de auto-ayuda

Resumen

El presente trabajo aborda el tema de la imagen masculina sobre el aspecto de la comunicación interpersonal en dos obras de **auto-ayuda** para parejas: **¿Por que los hombres quieren sexo y las mujeres necesitan amor?** de Pease e Pease, y **Los hombres son de Marte, las mujeres son de Venus**, de Gray. Partiendo de presupuestos de la psicología social y de contribuciones teóricas de ciencias afines, e utilizando como instrumento metodológico el MEDs (Método de Explicitación del Discurso Subyacente), son contempladas cuestiones referentes al libro de **auto-ayuda** con relación a los papeles masculinos. Las dos obras reverberan predominantemente una imagen masculina ya encontrada en la sociedad, disponibilizando para el hombre opciones de conductas que, probablemente, lo llevará a los mismos conflictos ya vivenciados por él. Los resultados de este trabajo intentan traer subsidios para un mejor entendimiento de la condición sociocultural del hombre en la actualidad.

Keywords: Auto-ayuda; Comunicación hombre-mujer; Papeles de género; Identidad masculina; Psicología social.

Hoje em dia, vive-se uma época de transformações substantivas nos contextos familiar, social e cultural, o que tem levado muitos casais a alterações fundamentais em suas atitudes e comportamentos. Os membros do par se confrontam com mudanças que têm a ver com o trabalho, casamento e com a família, mas também diretamente com a comunicação no relacionamento.

Uma das temáticas mais controversas e polêmicas nos estudos psicossociais diz respeito à relação homem-mulher e aos novos papéis masculinos que estão sendo delineados, principalmente a partir de 1960. Se ao longo da história o papel masculino foi inquestionável, sendo seu comportamento frente às mulheres algo que não provocava o afloramento de grandes dúvidas, indefinições, nem conflitos, vislumbra-se agora o perfil de um novo homem. Esse **novo homem** tem ocupado espaço de reflexão não apenas nos meios acadêmicos, como também tem se expandido para todos os setores sociais. Jamais se discutiu tanto sobre o sexo masculino, o que pode ser observado, cotidianamente, em revistas, nos jornais, nas propagandas, na televisão - desde novelas, mini-séries, programas de humor até reportagens especiais, como igualmente em filmes e livros. De fato, nos últimos anos a literatura sobre as prescrições e expectativas masculinas praticamente explodiu, a reboque do movimento de emancipação feminina e de seus questionamentos (Barasch, 1997; Cuschnir, 1992; Goldenberg, 2000; Gouveia, 2006; Jablonski, 1998; Lima, 2005; Nolasco, 1997; Schiegel, 2010; Staudt & Wagner, 2008; Vandello et al., 2008a, 2008b; West & Zimmerman, 2002).

Dentre os variados espaços de reflexão a respeito dessa condição masculina contemporânea pode-se mencionar o mercado literário, especificamente as obras classificadas como de **autoajuda**. Na cultura dos relacionamentos contemporâneos, os livros de **autoajuda** têm conquistado lugar como uma das principais fontes de informação, como um manual (ou um guru) que explique aos leitores "o que fazer e como" (Petillo & Sousa, 2005). Frente às inseguranças, dúvidas e até desejos de "salvar" ou "manter a chama acesa" nos relacionamentos, surge a demanda, tanto dos homens quanto das mulheres, por informações e orientação quanto às condutas mais adequadas na comunicação interpessoal.

Comunicação de massa e livros de autoajuda

Na contemporaneidade somos incentivados, dentro do imaginário individualista atual, a sermos bem resolvidos, saudáveis e felizes em todas as áreas de nossa vida, o tempo todo, e inclusive na relação homem-mulher. Em geral, esse quadro de demandas traz consigo expectativas que impulsionarão, possivelmente, tanto homens quanto mulheres a recorrerem, também, à **mídia** como fonte de orientação para as suas condutas nos relacionamentos. A figura do especialista entra em cena nesse

contexto, tornando-se uma referência de credibilidade. Esse é o caso dos autores de **Por que os homens fazem sexo...** (Pease & Pease, 2000) e de **Homens são de Marte...** (Gray, 1995), que atuam como especialistas do relacionamento homem-mulher, com seus discursos amplificados pela mídia.

Se, em épocas anteriores, a Igreja e a Família eram as instituições que tinham o controle dos modos de ser e de viver (D'Antonio, 1985; Flandrin, 1988; Jablonski, 1998; Tuchman, 1978), hoje em dia, existem na sociedade os ditos especialistas, cujos pareceres estão disponíveis a todo instante, através dos diversos meios de comunicação, entre eles, os da **literatura de massa** (Bryant & Zillmann, 2002; Campbell, Martin, & Fabos, 2006; Pontes, 1978; Sodré, 1978). Esses pareceres dos supostos especialistas são destacados por Giddens (1993), que, ao fazer referência aos manuais de **autoajuda**, os denomina como livros práticos que expressam reflexividade e "auxiliam a conformar". O autor ressalta que esses especialistas ajudam a orientar as pessoas no sentido de uma liberta o das influências que afetam, direta ou indiretamente, sua maneira aut noma de ser e de viver. Afirma, ainda, que se podem comparar esses manuais aos livros medievais de comportamento ou etiquetas.

Os autores Pease e Pease (2000) disponibilizam seus discursos como um guia de aprendizado para a condu o bem sucedida de relacionamento de casais, como se pode observar nas seguintes palavras: "*Então, quais são as novas regras? Onde se pode aprender? Este livro tenta dar algumas respostas*" (Pease & Pease, 2000, p. 18). Chegam a mencionar que a institui o família está sem referência e que os pais não sabem como ajudar. Assim, colocam como pré-requisito para a conquista de uma vida afetivo-sexual feliz o aprendizado dessas novas regras de relacionamento. Nesse sentido, encontram eco nas ideias de Gray (1995): "*aprender coisas que seus pais não podiam lhe ensinar: eles não sabiam*" (Gray, 1995, p.16).

Em resumo, constata-se que o livro de **autoajuda** está inserido em um contexto sociocultural que valida seu discurso, refletindo uma demanda atual dos casais. Diante das transforma es aceleradas no contexto da rela o interg nero, o homem, assim como a mulher,   levado a realizar mudanças em seu comportamento e a alcançar - através da comunica o - um relacionamento afetivo mais satisfatório.

Papéis masculinos: entre a tradi o e a contemporaneidade

Em épocas de rápidas transi es em que relacionamentos afetivos atravessam redefini es, usufrui-se da possibilidade (e do desafio) de se reinventar o casal. Mas o que se observa hoje em dia são pessoas confusas e inseguras frente às variadas configura es de relacionamentos homem-mulher. Nesse momento de transi o a ideia de casal mant m-se em transforma o, tanto em seu aspecto legal quanto social (Chalar-Silva, 1989; Figueredo, 2006; Goldenberg, 2000, 2010; Jurberg, 1996; Kipnis, 2007; Nogueira, 2003; Nolasco, 2006).

Embora o casal se estabeleça como rela o, existe uma difundida crença social de que os homens e as mulheres são como são por "natureza", concep o que   construída desde a infância: os meninos, por exemplo, já nasceriam com inclina es para determinadas atitudes. Por esse princípio, a cultura de cada sociedade dita aos meninos, desde cedo, um amplo leque de comportamentos a serem copiados e apropriados como genuinamente seus, a reboque de premissas biologizantes. Assim, impõe-se aos meninos que se apropriem em sua conduta de agressividade para enfrentar fatos cotidianos, além de iniciativa, e em investimentos rotineiros no sexo oposto, seguindo trilhas que sejam condizentes com estilos de pessoas vencedoras e fortes. Em outras palavras, desloca-se o seu referencial - que prioritariamente deveria ser interno - para a realidade externa, onde o seu papel masculino deverá ser assumido, de forma consciente ou inconsciente, sob uma gama de padrões estabelecidos que sirvam como condutor na constru o de seu caráter (Barasch, 1997; Gratch, 2001; Nolasco, 1997).

Por outro lado, a ideia de que os distintivos característicos das naturezas masculina e feminina são constru es sociais   reforçada por crescentes estudos de g nero, inclusive no Brasil. Esses estudos são bastante úteis para trazer   tona a diferencia o entre o sexo (ordem biológica dos seres humanos) e o g nero (um constructo cultural), indicando que os desejos, as emo es e os comportamentos são produ es de um contexto social e histórico determinado, e não apenas partes de uma pura essência masculina ou feminina (Cuschnir & Mardegan, 2001; Goldenberg, 2000; Grandelle, 2011; Gratch, 2001). Da Matta (1997) e Nolasco (1997) também tratam das sutilezas e problemas do **ser homem** no Brasil. Sinalizam que o sentimento de identidade, para o homem, está diretamente associado ao de identidade sexual, basicamente por duas razões: a primeira refere-se ao modelo de cultura do qual o homem faz parte - representa es sociais -, e a segunda, às experiências de ordem psicológica que o homem vive desde a infância.

Apesar de todo homem, em seu íntimo, carregar um projeto de vida, nem sempre traz anexado a esse projeto a liberdade para alterá-lo em sentido contrário à determinação do papel social que lhe é outorgado. Existem homens que gostariam de modificar tais possibilidades, mas que não o fazem por temer pela perda de sua reputação de "macho" (Ares, 1998). É justamente nesse sentido que a pergunta "mas, afinal, o que é **ser homem**?" foi lançada por Nolasco (1997, p. 19). A primeira resposta apresentada traz à tona a sociedade patriarcal e suas prescrições sociais impostas ao menino: ser forte, bem sucedido, viril, produtivo e poderoso. A segunda resposta foca a sociedade individualista que tem como marca registrada as revisões constantes nas representações de mulher e homem e, portanto, o surgimento de novas demandas sociais para ambos.

O homem contemporâneo - como parte integrante desse novo cenário - tem pressa de seguir a trilha dessa evolução, muito embora o custo desse acompanhamento tenha se mostrado elevado, pois nem sempre esse esforço está em acordo com seu desejo, ou com o ritmo de suas emoções (Barasch, 1997; O'Brien, 1994). Nesse processo de acompanhamento, o homem tem apresentado dificuldades nos campos da troca de afeto, do amor, do sexo e do sentimento.

Finalmente, para O'Brien (1994), estaria surgindo um novo leque de normas, regras e indicações mais convenientes e ajustadas aos homens contemporâneos:

(...) alguém que divide as obrigações domésticas e ajuda a cuidar dos filhos; dá à família prioridade igual ao trabalho; discute sentimentos pessoais com a parceira e outras pessoas; tem mais intimidade emocional com os filhos que seus antepassados; e assim por diante. (O'Brien, 1994, p. 208)

Ressalta, contudo, que pesquisas mostram que esse homem, assim esboçado, como se sabe, ainda não é prevalente (Coverman & Shelley, 1986; Lewis, 1986; Lewis & O'Brien, 1987).

O novo homem

O tema acerca dos papéis masculinos tem sido bastante explorado, ganhando amplos espaços de reflexão, tanto no meio acadêmico como fora dele (Courtenay, 2000; Vandello et al., 2008; Wong & Rochlen, 2005). Esse tópico tem estado presente, de forma expansiva, também nos meios de comunicação de massa como um alvo merecedor de forte atenção e um produto de destaque no mercado editorial. Isso implica, por parte da mídia, em tentar delinear os novos modelos, imagens e comportamentos masculinos, apontando para a existência de um **novo homem**. Evidentemente, esse desenho traçado se trata de um perfil, de certa forma, generalizado da figura masculina. As reflexões do que venha a **ser homem**, na atualidade, dentro da relação homem-mulher, são atribuídas em grande parte a um dos efeitos do movimento da emancipação feminina. As transformações dos papéis femininos vêm provocando um sentimento de perplexidade e confusão na maioria dos homens e, conseqüentemente, uma oportunidade para que seus papéis sejam repensados - reafirmados ou reformulados (Barasch, 1997; Féres-Carneiro, 1997; Gratch, 2001; Jablonski, 1995, 1998; Nolasco, 1996, 1997; Souza & Ferreira, 1996).

Diante da multiplicidade de demandas e opções de comportamento, ou ainda, diante da ausência de um modelo único de conduta que sirva como referência, pode-se pensar na possibilidade de os homens estarem recorrendo, talvez de forma silenciosa, a livros de **autoajuda** como um guia de conduta para a conciliação dos atributos contemporâneos (antigos e modernos) do **ser homem**. O novo padrão de masculinidade vai de encontro à maneira como ele foi ensinado, em seu processo de socialização, a construir seus relacionamentos afetivos (silenciando seus sentimentos e evitando situações de exposição de medo e vergonha, por exemplo). Barasch (1997) ressalta que, na tentativa de se adequar a essas novas demandas, inclusive as provenientes do sexo oposto, o homem acaba se distanciando da sua própria realidade interna - seus desejos e sentimentos -, ao mesmo tempo em que busca saber **quem** é afinal. Essa divergência de caminhos lhe tem trazido, em geral, ansiedade, angústia, fracassos e decepções - consciente ou inconscientemente em forma de medo do fracasso -, o que também pode ter reflexos nos vínculos afetivo-sexuais.

Assim, assistimos a uma variedade de comportamentos e desejos masculinos coexistindo com ideais, em princípio, contraditórios, tais como a busca da segurança e da certeza, e a liberdade de uma relação homem-mulher em que não existam o compromisso e a tentativa de responder às crescentes demandas femininas. Goldenberg (2000) demonstra que, nesse contexto de transição, nem sempre é possível conciliar o ritmo ditado pelas subjetividades individuais com a velocidade imposta pelas mudanças sociais. Esse desencontro provoca nos indivíduos, muitas vezes, desorientação, sofrimento e medo: o homem - inserido em um contexto sociocultural -, às vezes, não percebe esse desencontro e nem o possível usufruto da liberdade disponível na sociedade atual. É necessário se considerar que, se por um lado, as novas escolhas podem representar o medo do desconhecido, por outro, podem levar à

construção proveitosa de um **novo homem**. Assim, cada homem poderá escolher entre sentir na pele o dilema de crescer com a mudança e ter a chance de ser mais livre, ou permanecer parado, congelado pelo receio de sair do padrão comum e ser diferente dos outros, usufruindo da comodidade deste posicionamento, mas também assumindo as consequências negativas desse procedimento.

Objetivos

Este artigo constrói-se a partir de dados de uma pesquisa cujo principal objetivo é pesquisar a imagem masculina em obras de **autoajuda**, a saber: **Por que os homens fazem sexo e as mulheres fazem amor...** (Pease & Pease, 2000) e **Homens são de marte, mulheres são de Vênus...** (Gray, 1995), os livros de **autoajuda** mais vendidos, no Rio de Janeiro, para a relação homem-mulher, neste início do século XXI. O estudo tem a proposta de focar como o homem é retratado, levando em consideração uma perspectiva psicossocial e explorando a dimensão da **comunicação** masculina na relação homem-mulher (DaMatta, 1997; Nolasco, 1996; Rodrigues, Jablonski, & Assmar, 2009; Zimmerman, Haddock, & McGeorge, 2001). Foram dados dois enfoques específicos: o primeiro, o levantamento das formas pelas quais o homem fala com a mulher, o segundo, a identificação das maneiras com as quais o homem escuta a mulher, levando-se em conta a comunicação verbal entre homens e mulheres.

Metodologia

Tomou-se como instrumento metodológico a Análise de Discurso para o campo da Psicologia (Nicolaci-da-Costa, 2007), que se qualifica como "um conjunto de metodologias com características distintas, elaboradas para analisar diferentes tipos de discurso, com diferentes objetivos e a partir de pontos de vista distintos em diferentes disciplinas" (Nicolaci-da-Costa, 1994, p. 322). Tal conjunto metodológico traz características interdisciplinares pela própria necessidade de explicitação dos diversos tipos de contexto - sociais, econômicos, políticos e históricos específicos. Tendo em vista o objetivo da presente pesquisa, a análise de discurso constituiu-se como estratégia adotada para a compreensão qualitativa do discurso estudado.

Foram selecionados os livros **Por que os homens fazem sexo e as mulheres fazem amor...** (Pease & Pease, 2000), em sua 21ª edição, e também **Homens são de marte, mulheres são de Vênus...** (Gray, 1995), em sua 11ª edição. Os critérios de seleção dos livros foram: serem impressos e não estarem disponíveis on-line (e-book), posicionados como os mais vendidos, no Estado do Rio de Janeiro, no período compreendido entre 2001 e 2005, sendo acessíveis ao público em geral.

Análise dos resultados e discussão

A análise de discursos focalizou a imagem masculina nas duas obras literárias de **autoajuda** sob o aspecto da comunicação verbal - falar e escutar - na relação homem-mulher. Esse retrato do sexo masculino está configurado, de certo modo, com traços múltiplos, pois, tanto no discurso de Pease e Pease, quanto no de Gray, observaram-se argumentos que refletiram um embaralhamento de aspectos de ordem orgânica, social, e cultural, para fundamentarem o comportamento masculino de comunicação interpessoal. O apontamento para a constatação dessa multiplicidade de aspectos tem suporte no fato de que os autores explicitam, para o leitor, os princípios e valores considerados para sustentação dos seus argumentos. No decorrer dos discursos, no entanto, observa-se que os escritores apóiam-se, adicionalmente, em valores e princípios outros, diferentemente daqueles inicialmente assumidos como única fundamentação teórica, como veremos adiante.

Em síntese, com referência a Pease e Pease (2000), a figura masculina está construída, em suas atitudes, com base na sua formação cerebral - direcionada pela bioquímica, e, como influência secundária e coadjuvante, com base no condicionamento sociocultural. Já no discurso de Gray (1995), o sexo masculino apresenta-se constituído por influências que contemplam, prioritariamente, os âmbitos social, cultural e psicológico, e, complementarmente, por considerações aos aspectos natos e instintivos do indivíduo. Assim, em decorrência da multiplicidade de aspectos nos discursos dos livros de **autoajuda**, o representante do sexo masculino apresentou-se, sob a ótica da **comunicação** interpessoal com a mulher, tanto com características comportamentais tradicionalmente associadas a épocas antigas como com condutas marcadamente contemporâneas. Da mesma forma, as

características apresentadas da imagem masculina por vezes são excludentes, inserindo-se ora na visão antiga, ora na visão contemporânea, como se pode ver nos trechos abaixo:

No homem existe a necessidade biológica de ser o provedor... o homem valoriza os objetos. A estrutura do cérebro ditou as preferências. (Pease & Pease, 2000, pp. 93-95)

Durante a maior parte do século XX, essas diferenças foram explicadas pelo condicionamento social, ou seja: somos como somos por causa das atitudes de nossos pais e professores, que, por sua vez, refletem as atitudes da sociedade em que vivem (...). Recentes estudos de biologia mostram (...) que, ainda que criados em uma ilha deserta, sem uma sociedade organizada ou pais que os influenciassem, meninos competiriam física e mentalmente entre eles. (Pease & Pease, 2000, p. 13)

A maior parte dos homens (...) se confunde na hora de definir suas atividades. Você faz parte da primeira geração a ter de encarar situações que seus antepassados nunca conheceram (...). Então, quais são as novas regras? (Pease & Pease, 2000, p. 18)

Os homens instintivamente oferecem soluções quando uma mulher fala sobre problemas. (Gray, 1995, p. 27)

Levando-se em consideração que os livros de **autoajuda** são escritos para um homem contemporâneo, utiliza-se, muitas vezes, como argumento de venda, de propostas inovadoras e de sucesso para um novo homem. Embora os livros de **autoajuda**, de fato, apresentem alguns aspectos novos, a maior parte deles, no entanto, ainda que apresentados como inovadores, trazem, na verdade, uma visão mais tradicional. Dessa forma, percebe-se que os autores se promovem pelos argumentos de trazerem novas propostas para o homem atual, mas oferecem, junto a isso, muitos aspectos antigos, o que pode acirrar ou levar a conflitos por serem aspectos, muitas vezes, opostos entre si.

Especificamente, a primeira das obras analisadas, **Por que os homens fazem sexo e as mulheres fazem amor...** (Pease & Pease, 2000) tem como lema básico a ideia de que os homens são diferentes das mulheres - sem predeterminação de uma hierarquia de valores entre os sexos -, e ressalta a importância fundamental da especificamente, a primeira das obras analisadas, **Por que os homens fazem sexo e as mulheres fazem amor...** (Pease & Pease, 2000) tem como lema básico a ideia de que os homens são diferentes das mulheres - sem predeterminação de uma hierarquia de valores entre os sexos -, e ressalta a importância fundamental da **comunicação** entre os membros do par como facilitadora de uma relação bem sucedida. E **Homens são de Marte, mulheres são...** (Gray, 1995) aborda, como princípio essencial, o reconhecimento de que os homens são completamente diferentes das mulheres em todas as áreas de suas vidas, dentre elas destacando-se a **comunicação** masculina, pois eles usariam uma língua (e um estilo) diferente para se comunicar com as mulheres.

As menores habilidade e inclinação para a fala e a conversação (...) aptidões naturais dos cérebros masculinos. (Pease & Pease, 2000, p. 63)

Biologicamente programado para "fazer", sendo, então, essa, a chave que abre a porta da comunicação com eles. (Pease & Pease, 2000, p. 98)

Homens e mulheres diferem em todas as áreas de suas vidas. Não somente homens e mulheres se comunicam diferentemente, mas pensam, sentem, percebem, reagem, respondem, amam, precisam e apreciam diferentemente. Eles quase parecem ser de planetas diferentes, falando línguas diferentes e necessitando de diferentes nutrientes. (Gray, 1995, p. 15)

Relacionando a constituição da imagem do homem nestas duas obras aos estudos acadêmicos recentes (tais como Cuschnir & Mardegan Jr., 2001; Gratch, 2001; Jablonski, 2003; Wong & Roochlen, 2005), alguns aspectos são, de fato, corroborados: 1º) aqueles referentes à potencialidade masculina para o aprendizado e desenvolvimento de habilidades objetivando uma melhor **comunicação** interpessoal com a parceira; 2º) a questão de expressar com dificuldades os próprios sentimentos (positivos ou negativos), ou mesmo, escondê-los no relacionamento afetivo-sexual. Nesse ponto, cabe, entretanto, a observação de que os escritores de **autoajuda** englobam, em suas ideias, considerações de ordem biológica, social e cultural - diferentemente dos estudos acadêmicos apresentados, que focam predominantemente influências provenientes de repressões socioculturais; 3º) a tradução de maneira

demasiadamente literal no momento da escuta à mulher, assim como a sinalização desse fato como um forte motivo de mal-entendidos na **comunicação** entre os membros do par; 4º) a importância, para o homem, do sucesso em seus empreendimentos, da competência, da concretização de metas estabelecidas, do poder e prestígio vinculados, por ele, ao sentido de sua própria identidade. Sob esse aspecto, vale destacar, com relação aos estudos acadêmicos, que Pease e Pease (2000) creditam, como justificativa para esse desejo pelo sucesso, as influências dos fatores orgânicos em primazia dos socioculturais; e 5º) a acentuada valoração do afeto pela mulher, bem como de apoio aos seus conflitos internos.

Por outro lado, não encontram respaldo nos trabalhos acadêmicos sobre a imagem masculina, pelo menos em sua totalidade: 1º) a ideia de que, muitas vezes, o homem, pela sua configuração biológica, é levado a uma fala grosseira ou rejeitadora, ao dirigir-se à parceira. Isso sinaliza uma análise reducionista sobre a comunicação interpessoal masculina, sem que seja colocada em perspectiva, nesse contexto, a contribuição proveniente de outras fontes de ordem situacional, cultural ou inter-relacional; e 2º) a quietude e o silêncio do homem, por estarem demarcados, assertivamente, como atributos negativos e provocadores de conflitos na interação afetivo-sexual. Essa postura segue na contramão dos trabalhos acadêmicos que destacam o silêncio em si como algo normal na **comunicação** interpessoal, e alegam que o mesmo, quando simbolizado como inconveniente, está associado à dificuldade das pessoas em se relacionarem com a quietude em si mesmas ou presente em terceiros.

Na contemporaneidade encontram-se exigências de conduta masculina que englobam um modo mais tradicional - ser provedor, forte, bem sucedido -, em paralelo a uma postura mais atual, não necessariamente provedora e mais emotiva, dentre outras. Esse perfil foi, em grande parte, encontrado nos discursos de **autoajuda**, em que a imagem do homem configura-se incorporando ao mesmo tempo atributos antigos e contemporâneos:

O homem moderno ainda carrega, como herança genética, a obrigação de ser valente e não demonstrar fraqueza. As mulheres sempre reclamam: "por que ele tem sempre que bancar o durão? Por que não demonstra o que sente?". (...) O homem é por natureza desconfiado, fechado, competitivo, defensivo, um solitário que esconde as emoções para manter o controle. (...) "homem não chora". (Pease & Pease, 2000, p. 97)

Não há dúvida: em matéria de romance, o homem geralmente não sabe como agir. Isso é bastante compreensível, já que o homem moderno não teve com quem aprender. Seu pai também não entendia nem se interessava pelo assunto. (Pease & Pease, 2000, p. 165)

Homens e mulheres raramente querem dizer a mesma coisa mesmo quando usam as mesmas palavras. (Gray, 1995, p. 73)

Setenta por cento das mulheres que trabalham fora e 98 por cento das que não trabalham apontam a resistência ao diálogo principalmente no fim do dia, como o pior defeito de seus maridos e namorados. (Pease & Pease, 2000, p. 69)

Logo, esses dois livros de **autoajuda** retratam uma imagem masculina já encontrada na sociedade, disponibilizando para o homem um leque de condutas que, provavelmente, o levará aos mesmos conflitos já vivenciados por ele (Barasch, 1997; Cuschnir & Mardegan Jr., 2001; Da Matta, 1997; Goldenberg, 2000; Gratch, 2001; Jablonski, 1995, 1998, 2003; Nolasco, 1997, 1996; O'Brien, 1994; Vandello et al., 2008). Como se tratam de livros de **autoajuda**, os homens individualmente, e até mesmo o casal, recorrem a esse instrumento como fonte de orientação, esperando solucionar os problemas que estão vivenciando. No lado positivo, os discursos veiculados nesses dois livros apresentam, pelo menos, uma contribuição no sentido de abordarem algumas diferenças existentes entre homens e mulheres, e de oferecerem orientações para a **comunicação** mais eficaz entre os membros do par, tema esse recorrentemente explicitado em atendimento psicoterápico. Mas, apesar de os livros auxiliarem o homem em sua relação afetivo-sexual, o resultado de sua leitura pode levar à não solução ou agravamento dos problemas vivenciados pelo homem e/ou casal, com a sensação de fracasso pessoal.

De fato, vivemos, desde o século XX, em uma sociedade caracterizada, entre outros fatores, pela poderosa influência exercida pela cultura de massa. Os meios de comunicação assumiram um papel muito importante para a nova sociedade, na medida em que é a eles que recorremos quando queremos nos informar, divertir ou nos orientar. Principalmente, em momentos de crise ou de transição, as pessoas tendem a recorrer à mídia em busca de orientação, criando uma retroalimentação que, de certa forma, amplia o que surge inicialmente apenas como uma tendência (Babo & Jablonski, 2002). Leve-se ainda em consideração o fato de estarmos vivendo em um período caracterizado pela extrema

velocidade das mudanças em curso, o que conduziria as pessoas a um estado de "crise permanente", dada a insegurança existente quanto ao modo de agir diante de novas situações.

É justamente neste ponto que surgem as maiores críticas à literatura definida como de autoajuda, que emite mensagens contraditórias: ora confirmando preconceitos preexistentes e ajudando a perpetuar um padrão comportamental pouco adequado, ora acenando com mudanças significativas na questão da masculinidade. Nesse sentido, acreditamos que a análise da imagem masculina disponibilizada em **manuals de autoajuda** para casais seja de grande importância para um melhor entendimento sobre a condição sociocultural do representante masculino na atualidade e, também, com elementos para a compreensão da relação homem-mulher, como um todo.

À guisa de conclusão

Frente aos resultados do presente estudo, pode-se vislumbrar a busca de menos expectativas ou angústias para homens e mulheres, através do foco em uma maior conscientização sobre os seus próprios desejos internos, sobre a sua realidade subjetiva e sobre as suas próprias possibilidades e limitações. As obras de autoajuda, tão populares no momento, refletem predominantemente uma imagem masculina já encontrada na sociedade, disponibilizando para o homem um leque de condutas que, provavelmente, o levará aos mesmos conflitos já vivenciados por ele. Essa literatura, aqui exemplificada através de duas das mais vendidas obras do gênero, não substitui as possíveis infundáveis performances como respostas de adequação às demandas do contexto sociocultural.

Reconhece-se que essa reeducação não é uma tarefa simples, pois estamos - hoje - num momento de transformações radicais e esse **novo homem** ainda está em constituição, o que provoca, inevitavelmente, para a maioria, diversos conflitos. Ainda assim já se pode antever no **fim do túnel** modos mais harmônicos e felizes de se viver dentro desse contexto de tanta insegurança, com o dilema de **crescer/mudar ou permanecer**, mas também com amplas possibilidades de se conviver com demandas tão antagônicas..

Referências

- Ares, P. (1998). Virilidad: conocemos el costo de ser hombre? *Cadernos de Psicologia*, 8, 19-43.
- Babo, T. & Jablonski, B. (2002). Folheando o amor contemporâneo nas revistas femininas e masculinas, *Revista ALCEU*, PUC-Rio/Dept. de Comunicação Social, 2, 4, 36-53, 2002.
- Barasch, M. (1997). Sexo e afeto no cotidiano do homem. In D. Caldas (Org.), *Homens: comportamento, sexualidade, mudança* (pp. 93-119). São Paulo: Senac.
- Bryant, J., & Zillmann, D. (2002). *Media effects: advances in theory and research*. New Jersey: LEA.
- Campbell, R., Martin, C. R., & Fabos, B. (2006). *Media and culture*. Boston: Bedford/St. Martin's.
- Chalar-Silva, A. (1989). *Terapia do sexo e dinâmica do casal*. Rio de Janeiro: Espaço e Tempo.
- Courtenay, W. H. (2000). Constructions of masculinity and their influence on men's well-being: a theory of gender and health. *Social Science and Medicine*, 50(10), 1385-1401.
- Coverman, S., & Sheley, J. F. (1986). *Change in men's housework and child-care time*. *Journal of Marriage and the Family*, 5(48), 413-422.
- Cuschnir, L., & Mardegan Jr., E. (2001). *Homens e suas máscaras: a revolução silenciosa*. Rio de Janeiro: Campus.
- DaMatta, R. (1997). Tem pente aí? Reflexões sobre a identidade masculina. In D. Caldas (Org.), *Homens: comportamento, sexualidade, mudança* (pp. 31-49). São Paulo: Senac.

D'Antonio, W. V. (1985). The american catholic family: signs of cohesion and polarization. *Journal of Marriage and the Family*, 47(2), 395-405.

Féres-Carneiro, T. (1997). A escolha amorosa e interação conjugal na heterossexualidade e na homossexualidade. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 10(2), 351-368.

Figueredo, P. M. V. (2006). *A influência do locus de controle conjugal, das habilidades sociais conjugais, da comunicação conjugal na satisfação com o casamento*. Tese de doutorado não publicada, Programa de Pós-graduação em Psicologia Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 172pp.

Flandrin, J. L. (1988). *Famílias: parentesco, casa e sexualidade na sociedade antiga*. Lisboa: Estampa.

Giddens, A. (1993). *A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: UEP.

Goldenberg, M. (2000). O macho em crise: um tema em debate dentro e fora da academia. In M. Goldenberg (Org.), *Os novos desejos: das academias de musculação as agências de encontros* (pp. 13-39). Rio de Janeiro: Record.

Goldenberg, M. (2010). *Intimidade*. Rio de Janeiro: Record.

Gouveia, T. M. O. A. (2006). *Os homens e seus carrinhos... de compras: um estudo sobre o comportamento do consumidor masculino no supermercado*. Dissertação de mestrado não publicada, Programa de Pós-graduação e Pesquisa em Administração e Economia, Faculdade Ibmec, Rio de Janeiro, 163pp.

Grandelle, R. (2011, 24 de abril). A polêmica definição dos sexos e das diferenças de cada um: todos nascem homens ou mulheres, mas determinação do gênero ocorre bem mais tarde. Genética, hormônios e cultura influenciam igualmente. *O Globo*, p. 42.

Gratch, A. (2001). *Se os homens falassem... como compreender as atitudes masculinas*. Rio de Janeiro: Campus.

Gray, J. (1995). *Homens são de marte, mulheres são de vênus: um guia prático para melhorar a comunicação e conseguir o que você quer nos seus relacionamentos*. Rio de Janeiro: Rocco.

Jablonski, B. (1995). A difícil extinção do boçalossauro. In S. A. Nolasco (Org.), *A desconstrução do masculino* (pp. 156-165). Rio de Janeiro: Rocco.

Jablonski, B. (1998). *Até que a vida nos separe: a crise do casamento contemporâneo*. Rio de Janeiro: Agir.

Jablonski, B. (2003). Amor na Contemporaneidade: amores de verdades x verdades do amor. *Revista Eletrônica Polêmica*. Disponível em http://www2.uerj.br/~labore/contemp_amor_meio.htm. Acesso em 4 de setembro de 2005.

Jurberg, M. B. (1996). Infidelidade, vínculos sexuais e compromisso: injunções biológicas? *Revista do Mestrado em Sexologia da UGF*, 2(3), 145-153.

Kipnis, L. (2007). *Contra o amor: uma polêmica*. Rio de Janeiro: Record.

Lewis, C. (1986). *Becoming a father*. Milton Keynes: Open University Press.

Lewis, C., & O'Brien, M. (1987). *Reassessing fatherhood: new observations on fathers and the modern family*. Londres: Sage Publications.

Lima, W. A. (2005). *Metrosexual, machossexual ou retrosexual?* Disponível em <http://www.infonet.com.br/noticias/ler.asp?id=37941&janelaenviar=sim&acao=imprimir>. Acesso em 24 de abril de 2011.

- Nicolaci-da-Costa, A. M. (1994). A análise de discurso em questão. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 10(2), 317-331.
- Nicolaci-da-Costa, A. M. (2007). O campo da pesquisa qualitativa e o Método de Explicitação do Discurso Subjacente - MEDS. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 20, 65-73.
- Nogueira, T. G. (2003). *Mudanças no relacionamento afetivo-sexual*. São Paulo: Escuta; Belo Horizonte: Fumec.
- Nolasco, S. A. (1996). Masculinidade em fim de século. *Argumento*, 1(11), 4-5.
- Nolasco, S. A. (1997). Um "Homem de Verdade". In D. Caldas (Org.), *Homens: comportamento, sexualidade, mudança* (pp. 13-29). São Paulo: Senac.
- Nolasco, S. A. (2006). *O primeiro sexo e outras mentiras sobre o segundo: as questões que mais estão mexendo com a cabeça dos homens*. Rio de Janeiro: Best Seller.
- O'Brien, M. (1994). O lugar do homem numa terapia sensível aos sexos. In R. J. Perelberg, & A. C. Miller (Orgs.), *Os sexos e o poder nas famílias* (pp. 207-220). Rio de Janeiro: Imago.
- Pease, A., & Pease, B. (2000). *Por que os homens fazem sexo e as mulheres fazem amor? Uma visão científica (e bem-humorada) de nossas diferenças*. Rio de Janeiro: Sextante.
- Petillo, A., & Sousa, A. (2005). Ajude-se: o gênero literário que mais cresce no mundo causa polêmica entre especialistas. *Super Interessante*, 216, 64-69.
- Pontes, M. (1978). Quem tem medo da literatura de massa? In M. Sodré (Org.), *Teoria da literatura de massa* (pp. 13-14). Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Rodrigues, A., Jablonski, B., & Assmar, E. M. L. (2009). *Psicologia social*. Petrópolis: Vozes.
- Schiegel, R. (2010). *O novo super-homem: o modelo masculino mudou, diversificou-se e ganhou novos papéis. Entenda a mudança e saiba como conviver com ela*. Disponível em http://vidasimples.abril.com.br/edicoes/021/grandes_temas/conteudo_237987.shtml?pagina=1. Acesso em 23 de abril de 2011.
- Sodré, M. S. A. C. (1978). *Teoria da literatura de massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Souza, M. A., & Ferreira, M. C. (1996). Identidade de gênero masculina em homens civis e militares. In XXVI Reunião Anual de Psicologia. Sociedade Brasileira de Psicologia, Ribeirão Preto, *Resumos de Comunicações Científicas*, p.134.
- Staudt, A. C. P., & Wagner, A. (2008). Paternidade em tempos de mudança. *Psicologia: Teoria e Prática*, 10(1), 174-185.
- Tuchman, B. W. (1978). *Um espelho distante: o terrível século XIV*. Rio de Janeiro: José Olympio.
- Vandello, J. A., Bosson, J. K., Cohen, D., Burnaford, R. M., & Weaver, J. R. (2008a). Precarious manhood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(6), 1325-1339.
- Vandello, J. A., & Cohen, D. (2008b). Culture, gender, and men's intimate partner violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2(2), 652-667.
- West, C., & Zimmerman, D. H. (2002). Doing gender. In S. Fenstermaker, & C. West (Eds.), *Doing gender, doing difference: inequality, power, and institutional change* (pp. 3-25). New York: Routledge.
- Wong, Y. J., & Rochlen, A. B. (2005). Demystifying men's emotional behavior: new directions and implications for counseling and research. *Psychology of Men and Masculinity*, 6(1), 62-72.

Almeida, S., Jablonski, B.

Zimmerman, T. S., Haddock, S. A., & McGeorge, C. R. (2001). Mars and venus: unequal planets. *Journal of Marital and Family Therapy*, 27(1), 55-68.

Submetido em: 25/02/2010

Revisto em: 28/06/2011

Aceito em: 24/07/2011

¹Texto referido à pesquisa de Dissertação de Mestrado de Sônia Almeida, intitulada "O Novo (velho) Homem: Um estudo psicossocial sobre a imagem masculina em livros de auto-ajuda", orientada pelo professor Bernardo Jablonski, desenvolvida no âmbito da Pós-Graduação em Psicologia Clínica da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e defendida em 2008.