

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo
PUC-SP

Nany Zulema Esperanza López Aliaga Kayo Bilate

O Homem Sensível:
discussão sobre os tipos de masculinidade na cultura brasileira

Mestrado em Ciências Sociais

São Paulo
2022

Nany Zulema Esperanza López Aliaga Kayo Bilate

O Homem Sensível:
discussão sobre os tipos de masculinidade na cultura brasileira

Mestrado em Ciências Sociais

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências Sociais, sob a orientação da Profa. Dra. Maura Pardini Bicudo Vêras.

São Paulo
2022

López Aliaga Kayo Bilate, Nany Zulema Esperanza
O Homem Sensível: discussão sobre os tipos de
masculinidade brasileira / Nany Zulema Esperanza
López Aliaga Kayo Bilate. -- São Paulo: [s.n.], 2022.
69p. ; cm.

Orientador: Maura Pardini Bicudo Vêras.
Dissertação (Mestrado)-- Pontifícia Universidade
Católica de São Paulo, Programa de Estudos Pós
Graduados em Ciências Sociais.

1. Masculinidade. 2. Masculinidade hegemônica. 3.
Transformação da masculinidade. 4. Androcentrismo.
I. Pardini Bicudo Vêras, Maura. II. Pontifícia
Universidade Católica de São Paulo, Programa de
Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais. III.
Título.

CDD

Banca Examinadora

Para minha mãe, Chiyo, e minha avó Tsuru
pelos seus legados que vivem em mim.
Para o meu companheiro, Nélio, um machista em
desconstrução e um feminista em construção.

AGRADECIMENTOS

Cumprir o desejo de fazer o mestrado em Sociologia envolveu apoios e negociações, especialmente na vida pessoal. Início meus agradecimentos na ordem dos fatos que foram me levando para a conclusão do mestrado. Primeiramente, agradeço ao meu marido, Nélio, que foi o principal incentivador e apoiador para a minha decisão de cursar o mestrado na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Foram conversas ao longo de alguns anos discutindo o assunto, nas quais ele costumava trazer esse desafio para minha vida como algo positivo e animador. Depois, assumiu com responsabilidade e amorosidade boa parte do nosso trabalho à frente das empresas para eu poder ter mais liberdade para os estudos.

O meu segundo agradecimento é para a Professora Maria Celeste Mira, que, logo no início, me alertou para a diferença da minha experiência em pesquisa mercadológica em relação à pesquisa acadêmica. Sem esse apontamento, talvez não tivesse buscado correr atrás para entender essa distinção e me aberto para um novo olhar na pesquisa e a forma de análise.

O meu terceiro agradecimento é dedicado à Professora Maura Pardini Bicudo Vêras, minha incansável orientadora. Pela sua generosidade, paciência, conhecimento e direcionamento. Sempre amoroso e preciso. Sempre disponível. Um exemplo para mim como acadêmica, como profissional e como mulher: ativa, lúcida, animada, com uma memória de gerar inveja até aos mais jovens. Sem dúvida uma Mestra para a vida.

Meu quarto agradecimento é para minha equipe nas empresas, especialmente para Luciane, minha fiel escudeira, que fez de tudo para que eu tivesse dias livres para estudar, segurando o máximo possível as questões que sempre insistem em cair nos nossos colos. Sem o apoio e confiança nela acredito que seria difícil ter conseguido.

Para todas essas pessoas que fizeram e fazem diferença no meu caminhar, *muchas gracias!*

RESUMO

BILATE, N. Z. E. L. A. K. *O Homem Sensível*: discussão sobre os tipos de masculinidade na cultura brasileira.

A presente dissertação discute os diversos tipos de homens identificados na pesquisa mercadológica Projeto Uno, de propriedade da autora, com o objetivo de apresentar as mudanças na masculinidade captadas ao longo de uma década de pesquisa – de 2010 a 2020 –, concentrando-se num dos tipos: o Homem Sensível. O interesse é promover a reflexão sobre o possível deslocamento e fragmentação da identidade masculina hegemônica na paisagem social do Brasil.

Palavras-chave: masculinidade; masculinidade hegemônica; feminilidade enfatizada; feminismo; machismo; androcentrismo; transformação da masculinidade; tipos de masculinidade; homem sensível.

ABSTRACT

BILATE, N. Z. E. L. A. K. *The Sensitive Man*: discussion of the types of masculinity in Brazilian culture.

This dissertation discusses the different types of men identified in the marketing research Projeto Uno, owned by the author, with the objective of presenting the changes in masculinity captured over a decade of research – from 2010 to 2020 –, and focuses on one of the types: the Sensitive Man. The interest is to promote reflection on the possible displacement and fragmentation of the hegemonic male identity in the social landscape of Brazil.

Keywords: masculinity; hegemonic masculinity; emphasized femininity; feminism; machismo; androcentrism; transformation of masculinity; types of masculinity; sensitive man.

RESUMEN

BILATE, N. Z. E. L. A. K. *El Hombre Sensible*: discusión sobre los tipos de masculinidad en la cultura brasileña.

Esta disertación discute los diferentes tipos de hombres identificados en la investigación de mercado Projeto Uno, propiedad de la autora, con el objetivo de presentar los cambios en la masculinidad capturados durante una década de investigación – 2010 a 2020 –, concentrándose en uno de los tipos: el Hombre Sensible. El interés es promover la reflexión sobre el posible desplazamiento y fragmentación de la identidad masculina hegemónica en el panorama social de Brasil.

Palabras clave: masculinidad; masculinidad hegemónica; feminidad enfatizada; feminismo; machismo; androcentrismo; transformación de la masculinidad; tipos de masculinidad; hombre sensible.

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO	11
2	INTRODUÇÃO	13
3	ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	15
3.1	Fluxo do Projeto	15
3.2	Técnicas de coleta.....	15
3.2.1	Qualitativa com a técnica de Entrevista Individual em Profundidade	15
3.2.2	Técnica de Projetivas	16
3.2.3	Levantamento de dados secundários.....	16
3.2.4	Entrevistas ou rodas de conversas com <i>experts</i>	16
3.2.5	<i>Workshops</i>	18
3.3	Amostra.....	18
4	REFERENCIAL TEÓRICO DA PESQUISA	21
4.1	Contexto sociopolítico econômico	21
4.2	Novos arranjos familiares no Brasil	22
4.3	Salvador, Recife e São Paulo: cidades distintas culturalmente sofrendo o mesmo impacto das transformações sociais.....	26
4.4	Quebra da <i>grand narrative</i>: novos tipos de homens.....	28
4.5	Todos somos filhos do mundo social e seus esquemas de pensamento	30
4.6	Dominação: a definição de uma aspiração social	33
4.7	Masculinidade Hegemônica, um modelo na nossa cultura	37
4.8	Androcentrismo e machismo: de onde partimos para entender o mundo	38
4.9	Patriarcado: religião e crenças alinhadas.....	39
4.10	Poder e dinheiro: a transferência da renda para a mulher e seus efeitos na masculinidade	40
4.11	Homem e mulher no sistema familiar.....	42
5	RESULTADOS OBTIDOS.....	44
5.1	Principais resultados gerais obtidos nos Projetos Uno	44
5.2	Os tipos de homens encontrados.....	47
5.2.1	Tipo: o Homem Rei.....	48

5.2.2	Tipo: o Homem Macho	49
5.2.3	Tipo: o Homem Frágil	49
5.2.4	Tipo: o Homem Sensível	50
6	CONCLUSÃO: O HOMEM SENSÍVEL É SUSTENTÁVEL A LONGO PRAZO?.....	55
	REFERÊNCIAS.....	62
	APÊNDICE A – Logomarcas dos projetos.....	64
	ANEXO A – Posicionamento da marca Eudora.....	66
	ANEXO B – Imagens Projeto Homens 2011 – mais escolhidas.....	67

1 APRESENTAÇÃO

Como muitas mulheres da minha geração, sou filha e neta de mulheres que viveram num lar androcêntrico. Em casa o modelo feminino era submisso e o masculino era empoderado que subjugava e, ao mesmo tempo, protegia. Levei anos para entender o quanto essa relação de poder desequilibrada afetou minha personalidade e minha forma de ver o mundo.

Buscar entendimento da minha história – e do ser humano que me tornei – me fez seguir a carreira de pesquisadora mercadológica. Por décadas foquei e aprimorei o meu olhar de forma intuitiva, buscando deliberadamente não embasar minhas percepções no mundo acadêmico.

Pretendia – sem dúvida uma pretensão fruto da minha inexperiência – olhar para meu objeto de estudo sem maiores conceitos que pudessem classificar e explicar rapidamente minha coleta. Meu receio era perder a oportunidade do assombramento que o ser humano é capaz de oferecer.

Aprofundei-me na metodologia qualitativa por me encantar com a possibilidade que ela oferece de ouvir e sentir o entrevistado. Com os anos consegui trabalhar para marcas e produtos nacionais que me permitiram conhecer melhor o pensamento do consumidor brasileiro nacionalmente. Foi com esses projetos que a construção da identidade da mulher e do homem, especialmente dentro de relações heterossexuais, começou a chamar minha atenção para além do olhar mercadológico.

Em 2010, trabalhando para o lançamento de uma nova marca de produtos de beleza destinados a mulheres, deparei que todo o posicionamento estava sendo construído a partir da ideia de que a mulher queria ser uma mulher poderosa e independente, especialmente no que se referia à figura masculina como parceiro.

Porém, as falas que ouvia nas entrevistas com mulheres me remetiam a uma outra mulher: uma mulher cansada de ser a mulher “superpoderosa”. O tal empoderamento tinha se tornado uma carga imensa que as esgotava. O que elas queriam era namorar.

Propus para meu cliente criar um projeto específico para entender essa mulher empoderada – e se esse era de fato o sonho das mulheres brasileiras –, base de posicionamento da marca que seria lançada no ano seguinte. Foi assim que em 2010 nasceu o Projeto Mulheres – berço do Projeto Uno –, um projeto que se tornou contínuo desde então. Rodei uma nova versão em 2011 (dessa vez somente com

homens, chamado na época de Projeto Homens); em 2013, por ter uma amostra equitativa de mulheres e homens, independentemente da orientação sexual, a pesquisa passou a se chamar Projeto Uno.

Entre 2014 e 2015, apesar de o Projeto Uno não ter entrado em campo, aproveitei para me aprofundar na análise das entrevistas realizadas nos Projetos Mulheres, Homens e Uno. Fui explorando, paralelamente, algumas hipóteses em outros projetos mercadológicos nacionais que realizei e buscando, em fontes bibliográficas, entendimentos mais profundos. Foi assim que no ano de 2015 lancei a análise *Movimentos Humanos*, que apresentou os principais “movimentos” que tinha detectado em cinco anos de pesquisa.

Em 2018 voltei a campo com o Projeto Uno, logo após as eleições presidenciais do quadriênio 2019–2022. Quis entender a possível relação de alguns tipos masculinos que tinha detectado antes – e seus movimentos ao longo dos últimos cinco anos – com o resultado das eleições. O foco dessa onda foi, portanto, o entendimento dos tipos masculinos observados anteriormente.

Em 2020 iniciei uma nova rodada do Projeto Uno, porém, um dos campos – o que aconteceria na cidade de São Paulo – não foi realizado por conta do início da pandemia da covid-19.

Foi com a execução do Projeto Uno no transcorrer de dez anos que fui observando e me interessando por um dos tipos de homens identificados que, ao longo do tempo, parecia estar se adaptando à mulher empoderada que queria namorar.

Se havia, para alguns tipos masculinos, resistência explícita ao empoderamento feminino – e nesses casos a mulher submissa ainda era bem presente com todos os aspectos violentos físicos e/ou emocionais que o androcentrismo costuma trazer –; para outros, o empoderamento feminino poderia ter se transformado em uma outra forma de alimentar o privilégio masculino. Um empoderamento feminino quase às avessas.

Esta pesquisa começou com a busca por entender como mulheres filhas de mães e netas de avós como as que tive, apesar de genuína luta por equidade, parecem nadar em pântano e sucumbem ao romantismo do amor, e como o androcentrismo e um de seus braços, o machismo, podem ir se transmutando para manter boa parte de sua força estrutural.

2 INTRODUÇÃO

O Projeto Uno: uma pesquisa que se tornou um tema de estudo

É importante ressaltar que a pesquisa que é a base desta dissertação, o Projeto Uno, foi criada e desenvolvida sem nenhuma pretensão de se tornar uma pesquisa acadêmica antes do início do mestrado. Portanto, deve-se compreender que o seu embasamento metodológico seguiu o formato praticado no mercado de pesquisas mercadológicas do Brasil. É a releitura do material coletado, já sob o escrutínio do entendimento acadêmico, que se tornou o corpo da pesquisa e a base de análise desta dissertação.

O Projeto Uno¹ nasceu em 2010 sob o nome de Projeto Mulheres, por ser focado, naquele ano, exclusivamente em mulheres. O Projeto Mulheres surgiu para atender à necessidade de um cliente de minha empresa, a behavior², com o objetivo de compreender melhor a mulher brasileira, seu público-alvo, em relação a desejos e perspectivas de vida, e o possível posicionamento como mulher empoderada. Esse cliente estava trabalhando no lançamento de uma nova marca de produtos de beleza destinados à mulher brasileira. Marca que foi lançada com o nome de Eudora³, pertencente ao Grupo Boticário, no ano seguinte.

Quando o Projeto Mulheres foi finalizado, dez meses após seu início, foi decidido dar continuidade à pesquisa ouvindo, dessa vez, exclusivamente homens. Seguimos o modelo metodológico utilizado no Projeto Mulheres. Assim, em 2011, foi realizado o Projeto Homens⁴.

Foi após o Projeto Homens que meu interesse por compreender a dinâmica do masculino e feminino, principalmente nas relações heterossexuais, tornou-se latente.

¹ O Projeto Uno foi criado pela behavior, minha empresa, e contou com quatro parceiros financeiros – Grupo Boticário, Firmenich, Givaudan e Symrise – em 2010 e 2011. Em 2013 o único parceiro foi a marca O Boticário. Nas outras edições, o projeto foi financiado exclusivamente pela behavior.

² behavior é uma consultoria criada em 1996 voltada para estudos mercadológicos relacionados ao consumidor. Em 2007 realizei um reposicionamento e a empresa passou a ter como foco estudar os relacionamentos entre as marcas e seus *stakeholders*. A ideia era a de que meus estudos focassem mais o ser humano – mas ainda sob a ótica comercial e mercadológica. Nos últimos anos minha atenção se voltou ao estudo de valores e crenças da sociedade urbana brasileira – com foco no relacionamento humano e, em especial, entre homens e mulheres heterossexuais.

³ Eudora foi lançada em 2011. A behavior deixou a equipe de Eudora em 2012. Anos depois a empresa fez um reposicionamento mercadológico. Atualmente é uma marca de sucesso.

⁴ O Projeto Homens foi realizado em 2011 e também teve um perfil no Facebook. Um espaço de trocas sobre os principais resultados que iam sendo colhidos – resultados genéricos que os parceiros da behavior permitiam divulgar.

Especialmente pelo então novo contexto social que exaltava o empoderamento feminino.

Em 2013, foi lançado o Projeto Uno – nome que segue até hoje. A amostra, a partir dessa edição, foi dividida equitativamente entre mulheres e homens, independentemente da orientação sexual. Dessa vez a parceria do projeto foi com a marca O Boticário, do mesmo Grupo Boticário.

Em 2015 voltei a campo com a pesquisa já sem nenhum patrocínio de parceiros. Continuei com o Projeto Uno de forma independente, com uma amostra menor, nos anos de 2018 e 2020 (este último contando somente com uma etapa por conta do início da pandemia da covid-19).

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 Fluxo do Projeto

O Projeto Uno – e seus antecessores, o Projeto Mulheres e o Projeto Homens – foi criado para ser realizado ao longo de nove meses e por ondas – normalmente duas. Cada onda é completa em si mesma e serve de base para a próxima, que busca se aprofundar em alguns pontos obtidos na onda anterior.

Assim, a primeira onda tem a função de coletar o que está mais latente nos entrevistados sobre o tema Vida. Para essa etapa foi criado um roteiro basicamente não diretivo, no qual se segue uma linha de história de vida, permitindo que o entrevistado se aprofunde nos aspectos e períodos da vida que ele próprio considere relevantes. Costumo dizer que é quando joga a rede para saber o que o mar irá trazer.

O tempo do campo de cada onda, dedicado especificamente a realizar as entrevistas, duraram aproximadamente dois meses – a depender do número de praças que faziam parte da amostra. Após a conclusão dessa etapa do campo, houve um intervalo de cerca de dois meses para análise dos discursos captados, aprofundamento das informações coletadas por meio de estudos secundários e, preparo da onda seguinte.

A cronologia do Projeto Uno foi a seguinte: 2010 (contou com três ondas), 2011 (contou com três ondas), 2013 (contou com duas ondas), 2018 (contou com uma onda) e 2020 (contou com uma onda).

3.2 Técnicas de coleta

No Projeto Uno foram utilizadas técnicas menos comuns em projetos mercadológicos na época, no Brasil, embora largamente usadas nas ciências sociais.

3.2.1 Qualitativa com a técnica de Entrevista Individual em Profundidade

A maior parte da coleta foi realizada por meio de entrevistas individuais em profundidade. Durante as entrevistas estiveram presentes somente o(a) entrevistado(a) e o(a) entrevistador(a). Foram evitadas, sempre que possível, salas

de espelho ou locais tradicionais de pesquisa de mercado. Foram utilizadas salas em hotéis e, quando possível, cafés dentro de *shopping centers*.

As entrevistas tiveram duração aproximada de duas horas. O roteiro utilizado foi, basicamente, um roteiro Não Diretivo. A escolha do roteiro teve por objetivo abrir o discurso para aquilo que era importante para o entrevistado naquele momento de sua vida.

3.2.2 Técnica de Projetivas

Foi utilizado um grupo de imagens – sempre as mesmas – que foram escolhidas para representar diversos papéis sociais e levantar os valores relacionados a eles. O material de projetivas foi criado pela behavior para uso em seus projetos de pesquisa. Foi mais de uma década aprimorando o banco de imagens e coletando o que cada imagem representa para a maioria dos entrevistados. Com o tempo, tornou-se um material para análise relevante por trazer numericamente, dentro de uma pesquisa qualitativa, informações sobre representações. O objetivo era minimizar a tendência que às vezes o analista e entrevistador tem de querer confirmar as suas hipóteses.

3.2.3 Levantamento de dados secundários

Após cada onda, foi realizado um aprofundamento sobre os temas que emergiram durante as entrevistas para escolher o(s) objeto(s) de estudo da próxima onda e subsidiar as hipóteses que foram levadas à pesquisa.

3.2.4 Entrevistas ou rodas de conversas com *experts*

Após o aprofundamento do conteúdo coletado e escolhidos os temas que seguiriam para a próxima onda, em alguns dos Projeto Uno foram realizadas entrevistas e/ou rodas de conversas com *experts* sobre os assuntos em questão. Essas etapas tiveram por objetivo aprofundar entendimento, produzir hipóteses mais bem elaboradas, novamente, evitar ter uma só visão sobre o resultado obtido. Costumava ouvir também *experts* que tinham posicionamentos contrários aos meus. Podia não concordar com seus comentários ou visão sobre o resultado, porém sempre enriqueceram o estudo.

A seguir, são apresentados os *experts* que foram ouvidos nos Projeto Uno.

Projeto Mulheres 2010 (as informações sobre os convidados referem-se ao momento da sua participação):

Aurea Roitman. Psicóloga Junguiana, analista didata, membro do Instituto Junguiano de São Paulo. Trabalha há mais de 30 anos com o universo feminino e masculino.

Beia Carvalho. Publicitária, criou e dirige o 5 Years from Now, uma consultoria que ajuda a repensar os negócios. Foi sócia e Vice-Presidente de Planejamento da TBWA trabalhando para marcas nacionais e internacionais no planejamento de comunicação.

Maria do Carmo Tombesi Guedes Marini. Empresária, consultora e *coach* especializada em mulheres, proprietária da empresa Executivas & Chiques

Magui Lins de Castro. Sócia-Presidente da CTPartners no Brasil; antes de buscar presidentes e executivos para seus clientes, foi executiva de diversas multinacionais até chegar à presidência da Kodak e da Vinícola Estampa, ambas no Chile.

Projeto Homens 2011 (as informações sobre os convidados referem-se ao momento da sua participação):

Alexandre Sayad. Jornalista e educador.

Aurea Roitman. Psicóloga junguiana, analista didata, membro do Instituto Junguiano de São Paulo e presidente do Instituto Jung de Brasília. Trabalha há mais de 30 anos com o universo feminino e masculino.

Claudio Garcia. *Chief Executive Officer* (CEO) da América Latina e Líder Global da área de Desenvolvimento de Talentos para a América Latina da LHH (Lee Hecht Harrison).

João Castanho. Publicitário e consultor de estratégia em *branding*.

Luiz Felipe Pondé. Filósofo, colunista da *Folha de São Paulo*.

Marcello Barbusci. Editor e idealizador da revista *Estilo Tenis*.

Maria do Rocio Rosário. Arquiteta e urbanista.

Patty Lago. Consultora criativa da Carioca Urban Chic.

Ulisses Zamboni. Publicitário e psicanalista.

Projeto Uno 2013 (as informações sobre os convidados referem-se ao momento da sua participação):

Aurea Roitman. Psicóloga junguiana, analista didata, membro do Instituto Junguiano de São Paulo e presidente do Instituto Jung de Brasília. Trabalha há mais de 30 anos com o universo feminino e masculino.

Ivan Martins. Editor-executivo da revista *Época* e colunista semanal sobre relacionamentos.

Joyce Moysés. Consultora de comportamento feminino, ex-editora-chefe da *Nova Cosmopolitan*.

Juliana de Mari. Recifense, diretora das revistas *Você S/A* e *Você RH*, é também responsável pelo guia *As Melhores Empresas para Você Trabalhar*.

Luís Augusto Fischer. Gaúcho, escritor, ensaísta e professor.

Luiz Felipe Pondé. Filósofo, colunista da *Folha de São Paulo*.

3.2.5 *Workshops*

Em alguns dos Projetos Uno, utilizamos a técnica de *workshops* de oito ou quatro horas com ajuda de um profissional de desenvolvimento humano. Nesses *workshops* eram apresentados os resultados, discutido o conteúdo e, na busca de alguns caminhos para posicionamento mercadológico e/ou caminhos criativos publicitários, discutidos e criados conceitos em conjunto com os participantes.

3.3 Amostra

Cada Projeto Uno teve amostras com algumas variações. Em comum, todos os entrevistados eram brasileiros, nascidos e tendo vivido toda ou a maior parte de suas vidas nas cidades escolhidas para compor a amostra.

Os pais dos entrevistados também deveriam ter nascido nas cidades que compunham a amostra ou, pelo menos, vivido a maior parte das suas vidas delas. O objetivo era captar a visão de mundo de quem é oriundo da cidade escolhida como amostra.

A amostra era dividida em homens e mulheres, independentemente de sua orientação sexual.

As variáveis que mudaram em alguns projetos foram a faixa etária e a classificação econômica, variável usada em projeto de pesquisa mercadológica. A grande maioria tinha idade entre 20 e 50 anos. Mas houve onda em que foram ouvidas pessoas de 18 até 55 anos.

Para classificar a classe econômica foi utilizado o Critério Brasil de segmentação econômica da ABEP⁵ juntamente com a variável de renda familiar. As classes ouvidas, na maioria das vezes, foram A, B1, B2 e C1, sendo que em algumas ondas foram ouvidas também pessoas classificadas na C2 e D.

Como já foi mencionado, cada onda atendia a alguns objetivos específicos, o que fazia com que houvesse adequação da amostra a ser ouvida.

O Projeto Uno teve um *site* e nome registrado desde 2013 até 2016 e teve perfis no Facebook porque contávamos com essa fonte para recrutar entrevistados e coletar comentários. A ideia não foi adiante uma vez que trazia uma complexidade desnecessária ao recrutamento.

Como exemplo de uma amostra, os quadros a seguir trazem a amostra utilizada no Projeto Uno de 2018, realizado nas praças de Recife, Salvador e São Paulo.

Quadros – Informações sobre a amostra utilizada no Projeto Uno (2018)

Cidades (Recife, Salvador e São Paulo), classe econômica (Critério Brasil) e sexo.

Quadro 1 – Sexo e idade dos entrevistados por classe econômica

	A		B1		B2		C1		Total
	Fem.	Mas.	Fem.	Mas.	Fem.	Mas.	Fem.	Mas.	
18–28	2	2	1	2	1	2	1	2	13
29–38	2	1	1	2	2	2	1	1	12
39–50	1	1	2	3	1	1	1	0	10
Total	5	4	4	7	4	5	3	3	35

Fonte: Elaboração própria (2018).
Legenda: Fem.: Feminino; Mas.: Masculino.

⁵ Critérios do Controle de Qualidade de Recrutamento (CRQ) da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP). No *site* da ABEP, existe a explicação detalhada do Critério Brasil e sua forma de utilização (ABEP, 2022).

Quadro 2 – Total por sexo

Feminino	16
Masculino	19

Fonte: Elaboração própria (2018).

Quadro 3 – Total por classe econômica (Critério Brasil)

Total A	9
Total B1	11
Total B2	9
Total C1	6

Fonte: Elaboração própria (2018).

Quadro 4 – Total por cidade

Recife	12
Salvador	12
São Paulo	11

Fonte: Elaboração própria (2018).

Quadro 5 – Total por situação civil

Situação civil	Casado/a	15
	Desquitado/a divorciado/a separado/a	6
	Solteiro/a	14

Fonte: Elaboração própria (2018).

Quadro 6 – Voto nas eleições de 2018

Voto 2º turno eleições de 2018	Haddad	12
	Bolsonaro	12
	Nulo/branco/ Não votou	11

Fonte: Elaboração própria (2018).

4 REFERENCIAL TEÓRICO DA PESQUISA

Como foi mencionado na apresentação desta dissertação, ao longo da realização dos Projetos Uno, o interesse em compreender com maior profundidade as informações obtidas foi crescendo, o que desembocou na decisão de cursar o mestrado em sociologia na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP).

Durante o mestrado que as análises até então realizadas foram revistas seguindo um critério de retomada do material coletado. Assim, uma amostra das entrevistas foi ouvida novamente e as projetivas reanalisadas, tudo à luz de autores que o mestrado foi apontando. O entendimento foi se aprofundando, gerando a análise apresentada nesta dissertação.

4.1 Contexto sociopolítico econômico

O contexto sociopolítico econômico da década em que o Projeto Uno acontece (de 2010 a 2020) é um período de vertiginosas transformações na organização social do Brasil, oriundas de um longo processo de transformações das organizações sociais em nível mundial. Processo este ora denominado por alguns autores de pós-modernidade, pós-modernismo, sociedade pós-industrial, entre outros termos (GIDDENS, *As Consequências da Modernidade*, 1991, p. 11); ora sendo questionado por outros, se de fato o mundo se encontrava num novo tempo de organização social⁶. Para esses últimos autores, a denominação mais adequada seria alta modernidade ou modernidade tardia.

Além das denominações e dos conceitos nelas envolvidos, são diversos os autores – como Anthony Giddens, Jean-François Lyotard, Edgar Morin, Manuel Castells e Zygmunt Bauman – que se debruçaram ou vêm se debruçando para estudar

⁶ Anthony Giddens, no seu livro *Consequências da Modernidade*, oferece uma outra perspectiva de análise do tempo em que estamos vivendo. Nas palavras do autor (1991, p. 12): “Mas eu quero fazer uma abordagem diferente. A desorientação que se expressa na sensação de que não se pode obter conhecimento sistemático sobre a organização social, devo argumentar, resulta, em primeiro lugar, da sensação de que muitos de nós temos sido apanhados num universo de eventos que não compreendemos plenamente, e que parecem em grande parte estar fora de nosso controle. Para analisar como isto veio a ocorrer, não basta meramente inventar novos termos, como pós-modernidade e o resto. Ao invés disso, temos que olhar novamente para a natureza da própria modernidade a qual, por certas razões bem específicas, tem sido insuficientemente abrangida, até agora, pelas ciências sociais. Em vez de estarmos entrando num período de pós-modernidade, estamos alcançando um período em que as consequências da modernidade estão se tornando mais radicalizadas e universalizadas do que antes.”

esse tempo de transformações nas organizações sociais e, ao analisá-lo, contribuir para a compreensão de suas consequências na vida das pessoas.

Em vários aspectos fundamentais, as instituições modernas apresentam certas *descontinuidades* com as culturas e modos de vida pré-modernos. Uma das características mais óbvias que separa a era moderna de qualquer período anterior é seu extremo dinamismo. O mundo moderno é um “mundo em disparada”: não só o *ritmo* da mudança social é muito mais rápido que em qualquer sistema anterior; também a *amplitude* e *profundidade* com que ela afeta práticas sociais e modos de comportamento preexistentes são maiores. (GIDDENS, 2002, p. 21, grifos nossos).

O processo de transformações recebeu reforço no Brasil com a ruptura política que aconteceu com a entrada à Presidência da República do Partido dos Trabalhadores (PT) em 2003. Provavelmente um movimento resultante dessas transformações mundiais.

Assim, quando o Projeto Uno se inicia em 2010 – sob o nome de Projeto Mulheres –, acontecia o oitavo ano de mandato do PT no Brasil, período em que os movimentos sociais e suas reivindicações por maior equidade, especialmente nos aspectos de raça, gênero e estratificação econômica, se fortaleceram no país. Era um período não só de intensa revisão de conceitos e questionamentos sobre a “*grand narrative* – o ‘enredo’ dominante por meio do qual somos inseridos na história como seres tendo um passado definitivo e um futuro predizível” (GIDDENS, 1991, p. 12); como também, de ações afirmativas que desestruturavam a ordem previamente estabelecida.

É difícil, no mundo privado, essa “desordem” não criar desconforto e desorientação. As minhas entrevistas do Projeto Uno mostraram exatamente isto: incômodos, raivas latentes, frases afirmativas repetidas mesmo que nem sempre com bom entendimento delas, desorientação sobre o que se quer e sobre o futuro. Ao mesmo tempo, pude notar, em parte dos entrevistados, o início de uma conscientização da possível subordinação em que poderiam se encontrar.

4.2 Novos arranjos familiares no Brasil

Os censos realizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no Brasil até 2010 – ano do último censo – vinham apontando mudanças nas relações sociais que se materializavam também na organização familiar. A Coordenação de

População e Indicadores Sociais da Diretoria de Pesquisa do IBGE lança em 2012 o Texto para Discussão número 39 cujo título é *Desafios e possibilidades da investigação sobre os novos arranjos familiares e a metodologia para identificação de família no Censo 2010* (SABOIA; COBO; GONÇALVES MATOS, 2012). Os esforços do IBGE se somam àqueles promovidos pelas Nações Unidas que, em conjunto com a Comissão Econômica para a Europa, vinham discutindo o assunto. Um assunto global que evidencia a modificação profunda e consistente – a ponto de ser necessário de estudar novas formas de coleta de censo – de uma das estruturas do androcentrismo e do sistema patriarcal: a família heterogênea tradicional⁷.

A emergência de novos tipos de arranjos familiares, fenômeno social que vem se acentuando nos últimos anos, possui origens diversas e se somam a algumas mudanças mais consolidadas, como o aumento do número de divórcios, recasamentos, quedas das taxas de fecundidade e crescente participação das mulheres no mercado de trabalho.

A maior complexidade das relações familiares implica diretamente na atualização das formas de investigação sobre os diferentes tipos de organização familiar que podem existir dentro de um domicílio e requer instrumentos cada vez mais sofisticados, capazes de captar as informações de forma acurada e o mais fidedignamente possível. As Nações Unidas, através da sua Comissão de Estatística e da Comissão Econômica para a Europa (*United Nations Economic Commission For Europe – UNECE*), vem buscando subsidiar os sistemas estatísticos nacionais nessa tarefa.

Em 2009, o documento intitulado *Measurement of Different Emerging Forms of Households and Families*, fruto de um trabalho conjunto dessas duas comissões, trata da harmonização e conceituação dos arranjos originados a partir das mudanças ocorridas nas formas de organização familiar, em particular, a identificação dos arranjos formados por famílias e casais reconstituídos; casais do mesmo sexo; pessoas que moram alternadamente em dois ou mais lares (do inglês *commuters between households*, pessoa que viaja diariamente entre a casa e o trabalho); casais que moram em casas separadas (*living apart together*); e pessoas com laços de parentesco que vivem em casas separadas mas que compartilham algum grau de solidariedade e auxílio (*living apart but within a network*). (SABOIA; COBO; GONÇALVES MATOS, 2021, p.7).

Das várias “transformações vividas pelas famílias, em termos de estrutura, função social e significado” (SABOIA; COBO; GONÇALVES MATOS, 2021, p. 8) mencionadas no documento do IBGE, irei me ater às transformações das unidades familiares que contribuem para o fluxo de pesquisa e análise desta dissertação. Assim, o foco será a queda do número de organizações familiares que seguem o modelo tradicional familiar: heterossexual com filhos e com o homem como responsável

⁷ “O patriarcado mantém e sustenta a dominação masculina, baseando-se em instituições como a família, as religiões, a escola e as leis.” (LERNER, 2019, p. 18)

financeiro da família – o chamado “chefe de família”, termo que o IBGE está buscando substituir por conotar autoridade e não somente responsabilidade financeira.

Atualmente, persistem disparidades significativas nas formas de investigação sobre família e relações familiares entre os Censos e as PNADs. Primeiramente, até o Censo de 1991, ambas as pesquisas utilizavam o conceito de “chefe” do domicílio e da família. A partir da década de 90, a PNAD passou a utilizar o termo “pessoa de referência”, enquanto o Censo 2000 e o Censo 2010 utilizaram o termo “pessoa responsável”. Adotar dois termos diferentes para um mesmo conceito pode confundir entrevistadores, entrevistados e usuários das informações (Quadro 6). (SABOIA; COBO; GONÇALVES MATOS, 2021, p. 26).

Como aponta o Caderno número 39 do IBGE, “em 1999, quase 60% dos arranjos familiares eram constituídos por casal com filhos, enquanto em 2009 esse percentual cai para 47,3%” (SABOIA; COBO; GONÇALVES MATOS, 2021, p. 9), sendo que nessa análise comparativa o IBGE não consegue identificar os arranjos familiares que são reconstituídos (famílias que passaram por uma separação ou divórcio e deram lugar a novos arranjos familiares).

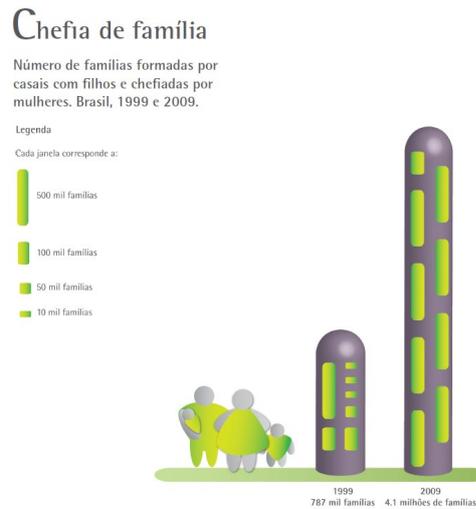
O mesmo documento aponta também que um dos fatores principais que evidenciam a necessidade de repensar a forma de pesquisar as unidades familiares são as famílias monoparentais femininas, que vêm crescendo no Brasil.

Por sua vez, as famílias monoparentais femininas, nas quais a mulher é a pessoa de referência da família e vive com filhos sem a presença de cônjuge, também apresentam tendência constante de crescimento ao longo dos anos, representando cerca de 18% do total de arranjos familiares com parentesco no Brasil. (SABOIA; COBO; GONÇALVES MATOS, 2012, p. 10).

Na 4ª edição da revista *Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça*⁸, é apresentado um infográfico (Figura 1) que aponta outro fator de transformação na organização social familiar: o crescimento de famílias formadas por casais com filhos e chefiadas por mulheres.

⁸ Revista editada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres (ONU Mulheres), Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM) e Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (SEPPIR). A 4ª edição foi publicada em 2011 (IPEA *et al.*, 2011).

Figura 1 Chefia de família



Fonte: IPEA *et al.* (2011, p. 18).

No estudo realizado para atualizar o Retrato da Desigualdade de Gênero e Raça considerando o ciclo de 1995 a 2015, Fontoura *et al.* (2017) explicam:

Arranjos familiares

Uma tendência observada ao longo de toda a série histórica é o crescimento da proporção de domicílios “chefiados” por mulheres. O IBGE pergunta para o/a respondente quem é a pessoa de referência daquele domicílio. Em 1995, 23% dos domicílios tinham mulheres como pessoas de referência; vinte anos depois, este número chega a 40%. Esse é um fenômeno majoritariamente urbano: 43% dos lares na cidade tinham uma mulher como pessoa de referência em 2015, comparadas a 25% no campo, valor que se aproxima mais dos patamares da média brasileira de 1995. Nas cidades, houve um aumento de aproximadamente 18 pontos percentuais entre 1995 e 2015, ao passo que no campo a variação foi de apenas dez pontos, o que parece demonstrar um ritmo menos acelerado de transformações comportamentais nessa parcela da sociedade. (FONTOURA *et al.*, 2017, p. 1).

Mais adiante as autoras trazem como os dados coletados também podem apresentar uma mudança na autopercepção das mulheres sobre si mesmas e sobre o conceito de autoridade – conectado ao conceito de responsável ou “chefe” de família.

Cabe ressaltar que as famílias chefiadas por mulheres não são exclusivamente aquelas nas quais não há a presença masculina: em 34% delas, há a presença de um cônjuge. Mesmo assim, é elevado o patamar de famílias em que as mulheres não têm cônjuges e têm filhos/as e, nesses casos, há que ressaltar o fato de que, muitas vezes, tais famílias se encontram em maior risco de vulnerabilidade social, já que a renda média das mulheres, especialmente a das mulheres negras, continua bastante inferior não só à dos homens, como à das mulheres brancas.

Se, por um lado, essa ampliação do número de famílias chefiadas por mulheres parece indicar mudanças no padrão de comportamento social, demonstrando maior aceitação de modelos menos tradicionalistas, nos quais é considerado razoável que não sejam apenas homens as pessoas de referência da família, há que se ponderar que, em geral, são mulheres as principais respondentes da Pnad, o que pode indicar, talvez, uma mudança de autopercepção delas em relação à sua posição dentro da família, independentemente do que pensem os homens a respeito. (FONTOURA *et al.*, 2017, p. 1).

As informações apresentadas contribuem para o acompanhamento da gradual e consistente mudança do papel do homem na organização social familiar no Brasil e conseqüentemente a transformação das relações entre homens e mulheres, especialmente nas relações afetivas heterossexuais que alicerçam a ampliação de tipos diferentes de masculinidades.

4.3 Salvador, Recife e São Paulo: cidades distintas culturalmente sofrendo o mesmo impacto das transformações sociais

As cidades que fizeram parte do campo de pesquisa do Projeto Uno em todas as suas edições foram as cidades de Recife, capital de Pernambuco, e São Paulo, capital do estado do mesmo nome. Salvador, capital da Bahia, foi inserida posteriormente e fez parte da amostra do Projeto Uno de 2018 e 2020. Outras cidades em que o Projeto Uno entrou em campo pontualmente em suas diversas edições foram Belo Horizonte, capital de Minas Gerais, Curitiba, capital do Paraná, e Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul. Embora esses campos tenham auxiliado a compreender como a amplitude de tipos masculinos ocorria em todo o país – mesmo que com nuances diferentes –, para esta dissertação foram estudados informações e dados coletados dos campos das cidades de Recife, Salvador e São Paulo.

Recife é a capital do estado de Pernambuco e está localizada no nordeste brasileiro. Ponto estratégico no litoral brasileiro, foi um dos portos mais movimentados da América do Sul na época da colonização portuguesa. Foi invadida por holandeses entre os anos de 1637 e 1657, o que influenciou sua formação cultural.

Em dados, Recife em 2010 tinha uma população estimada em 1.537.704 habitantes (IBGE, 2022a) dos quais 46,2% eram homens e 53,8% eram mulheres (IBGE, 2022b). Segundo os Indicadores Sociais Municipais do IBGE realizados a partir do censo de 2010, 52,2% das unidades domésticas particulares permanentes tinham um homem como pessoa responsável. Desses, 32,7% dividiam a responsabilidade.

As mulheres responsáveis pelas unidades domésticas representavam 47,5%. Dessas unidades, 26% dividiam a responsabilidade (IBGE, 2011⁹).

Salvador, a segunda cidade que será base da pesquisa e análise da dissertação, é a capital do estado da Bahia e está localizada, também, no nordeste brasileiro. A influência de matriz africana é profunda e notória. Salvador foi um dos grandes centros (porto e mercado) de tráfico de escravos de origem, principalmente, africana, no Brasil.

Em 2010 Salvador tinha 2.675.656 habitantes (IBGE, 2022a). Pela distribuição por sexo, 46,7% eram homens e 53,3% mulheres. Segundo os Indicadores Sociais Municipais do IBGE realizados a partir do censo de 2010, 53,8% das unidades domésticas particulares permanentes tinham um homem como pessoa responsável. Desses, 31,5% dividiam a responsabilidade. As mulheres responsáveis pelas unidades domésticas representavam 46,2%. Dessas unidades, 26,2% dividiam a responsabilidade (IBGE, 2011).

São Paulo, a terceira cidade utilizada na pesquisa da dissertação, é a capital com maior número de habitantes do Brasil. Segundo o censo domiciliar de 2010, sua população era de 11.253.503 (IBGE, 2022a). Dessa população 48,8% eram homens e 51,2% mulheres (IBGE, 2022b). Sua população é composta por uma grande variedade de raças, nacionalidades e pessoas oriundas de todas as regiões do país. Um grande mosaico de pessoas que misturam crenças e formas de viver a vida bastante distintas entre si.

Segundo os Indicadores Sociais Municipais do IBGE realizados a partir do censo de 2010, 55,9% das unidades domésticas particulares permanentes tinham um homem como pessoa responsável. Desses, 31,6% dividiam a responsabilidade. As mulheres responsáveis pelas unidades domésticas representavam 44,1%. Dessas unidades, 27,3% dividiam a responsabilidade (IBGE, 2011).

⁹ Os dados foram extraídos da “Tabela 8 – Unidades domésticas, por sexo das pessoas responsáveis pelos domicílios particulares permanentes, total e respectiva distribuição percentual por número de responsáveis, segundo as Unidades da Federação e os municípios das capitais – 2010” do documento (IBGE, 2011).

4.4 Quebra da *grand narrative*: novos tipos de homens

A primeira onda do Projeto Homens em 2011 apontou para uma transformação acontecendo entre os homens – fator que foi o principal objetivo das duas ondas seguintes.

O primeiro fato que apontou para essa mudança foram as imagens escolhidas no durante o exercício com o material de projetivas durante as entrevistas (entrevistas realizadas por entrevistadores homens, vale dizer. A mim coube uma amostra pequena, que foi usada como controle).

Após anos utilizando o mesmo material, era a primeira vez que uma das imagens mais escolhidas pela maioria dos entrevistados homens era de um casal a sós.

A imagem representava para os entrevistados um tipo de poder financeiro que permitia tranquilidade, conforto, isolamento (a praia era só para eles) e sofisticação descontraída (Figura 2).

Figura 2 – Uma das imagens mais escolhidas pelos homens



Fonte: Imagem pertencente ao Material behavior de Projetivas.
A foto foi coletada do banco de imagens Getty Images para uso interno.

Foram duas as mais escolhidas (26 vezes numa amostra de 45 entrevistados); a segunda trazia moedas de dinheiro caindo. As outras imagens mais escolhidas estão relacionadas a família, viagens, estudos, relação pai e filho (conferir o Anexo B desta dissertação).

Imagens como festas, farra entre amigos, mulheres lindas e/ou sensuais, carros e casas de luxo ou ambientes que representam *glamour* e/ou poder – aspirações assíduas nas escolhas masculinas dos projetos que a behavior realizava – ficaram em posições mais baixas de escolha. As primeiras a aparecer foram escolhidas 15 vezes e também se encontram no Anexo B.

É importante ressaltar que a análise das imagens no Projeto Uno sempre é feita em dois tempos. Primeiramente, de forma quantitativa: são contabilizadas todas as imagens e ranqueadas de acordo com o número de vezes que foram escolhidas – é feito o levantamento por cidade e, depois, considerado o total de todas as cidades. Num segundo momento, são associadas imagens em função de a) O que o entrevistado disse sobre ela (em qual sentido a usou) e b) O que o histórico do uso dessas imagens aporta usando como base os estudos da behavior. A imagem mais escolhida é sempre indicada, independentemente de sua interpretação analítica.

O segundo ponto, que sinaliza uma mudança ocorrendo entre os homens era uma certa passividade e até, podia-se interpretar, uma certa apatia em relação à vida, futuro, desejos e sonhos. Durante o *workshop* realizado com 12 homens após semanas de as entrevistas terem sido realizadas e analisadas, um dos objetivos foi entender esse estado de espírito captado no campo com as entrevistas.

Cabe citar um fato que aconteceu no momento da análise das entrevistas. Os relatórios dos entrevistadores (todos homens, como foi mencionado) diziam que os homens estavam num momento de transição de valores, pacificados. Eu ouvi todas as gravações das entrevistas: para mim, eles estavam apáticos.

Olhando para trás, considero que de minha parte havia a expectativa de homens mais enérgicos. O que demonstra que, de alguma forma, eu também estava envolvida no conceito de masculinidade hegemônica trazido por Connell (1997) e discutido mais adiante.

Num dos momentos importantes do *workshop*, o moderador perguntou qual era a pessoa mais corajosa que os participantes conheciam. Todos, sem exceção, responderam rapidamente: “a minha mãe”.

Um dos diagnósticos que apresentou o Projeto Homens, após a escuta de *experts* e o aprofundamento em dados bibliográficos, foi que o homem se encontrava acuado. Como descrito no item 4.1 deste trabalho havia uma quebra da *grand narrative* e com isso uma forte pressão social por mudanças. O homem demonstrava se sentir na berlinda.

No Projeto Uno concluído em 2013, já com o embasamento do Projeto Mulheres e do Projeto Homens, foi possível observar e captar que havia vários tipos de homens que se configuravam de forma clara independentemente da idade, segmentação socioeconômica ou cidade. Evidentemente, havia nuances culturais diferentes, mas o núcleo era bastante similar. Foi essa conclusão que gerou material para o tema desta dissertação: os diversos tipos de homens observados.

Assim como o mundo estava saindo de uma única *grand narrative*, os homens – e as mulheres, sempre é bom recordar mesmo elas não sendo tema desta dissertação – pareciam também estar deixando de seguir um único modelo típico de masculinidade.

4.5 Todos somos filhos do mundo social e seus esquemas de pensamento

Analisar os tipos de homens que o Projeto Uno apontou exige um delicado processo de revisão interna e pessoal sobre quais pressupostos são a base da análise. Especialmente porque sou uma parte completamente afetada pela ideologia do sistema androcentrista. Como nos diz Bourdieu: “nós pensamos o mundo social com esquemas de pensamento que são, em grande parte, o produto do mundo social” (BOURDIEU, 2021b, p. 41).

Em 2011 uma das hipóteses que construí era que os homens, por se encontrarem acuados e com certa apatia perante a vida – análise feita no Projeto Homens –, estavam enfraquecidos. O raciocínio que levou a essa hipótese – a mais óbvia, é importante dizer – é que o tipo de homem ideal era o homem empoderado. Sem dúvida, uma prova de quanto era tomada pelos “esquemas de pensamento” que Bourdieu (2021b) cita.

Pode-se pensar que esses homens “enfraquecidos” nada mais eram do que parte das masculinidades subordinadas à masculinidade hegemônica descrita por Connell (1987, p.183). As masculinidades subordinadas conformam em vários aspectos e sustentam a masculinidade hegemônica – conceito que será mais bem explicado adiante e que por ora deve ser entendido como o exercício explícito de poder para a subordinação e subjugação da mulher e de outras formas de masculinidade que não se configuram exatas ao modelo ideal da masculinidade hegemônica.

Esse pensamento se sustenta também no que Bourdieu diz sobre o comportamento do subordinado que, sem se dar conta, alimenta a própria subordinação:

Quando os dominados aplicam àquilo que os domina esquemas que são produto da dominação ou, em outros termos, quando seus pensamentos e suas percepções estão estruturados de conformidade com as estruturas mesmas da relação da dominação que lhes é imposta, seus atos de conhecimento são, inevitavelmente, atos de *reconhecimento*, de submissão. (BOURDIEU, 2010, p. 22, grifo do autor).

Na pesquisa, as mulheres fortes e decididas que sustentam emocional e financeiramente os seus companheiros amorosos – um dos tipos de masculinidade encontrado no Projeto Uno de 2013 e que foi chamado de Homem Doce¹⁰ – podem exercer uma forma de poder e promover a subordinação do seu companheiro, revertendo a lógica da cultura androcentrista. Porém, como Connell explica:

Mas, em aspectos-chave, a organização do gênero em grande escala deve ser mais esquelética e simplificada do que as relações humanas face a face. As formas de feminilidade e masculinidade constituídas nesse nível são um fato estrutural estilizado da dominação global dos homens sobre as mulheres. Esse fato estrutural fornece a principal base para as relações entre os homens que definem uma forma hegemônica de masculinidade na sociedade como um todo. A "masculinidade hegemônica" é sempre construída em relação a várias masculinidades subordinadas, bem como em relação às mulheres. **A interação entre diferentes formas de masculinidade é uma parte importante de como funciona uma ordem social patriarcal.** (CONNELL, 1987, p. 183, grifo e tradução nossos).

Connell e Messerschmidt apontam, ainda, que:

A masculinidade hegemônica não se assumiu normal num sentido estatístico; apenas uma minoria dos homens talvez a adote. Mas certamente ela é normativa. Ela incorpora a forma mais honrada de ser um homem, ela exige que todos os outros homens se posicionem em relação a ela e legitima ideologicamente a subordinação global das mulheres aos homens. (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 245).

Portanto, é possível pensar que o Homem Doce pode ser um tipo de masculinidade subordinada, que sustenta a masculinidade hegemônica, e que, por isso, também opera na condição de subordinar as mulheres. E não ser, necessariamente, um homem em prol da equidade de gênero.

¹⁰ Homem Doce foi uma denominação dada a um tipo de homem encontrado no Projeto Uno de 2013. A descrição desse tipo de homem pretendia atender às necessidades mercadológicas do projeto.

A masculinidade hegemônica se distinguiu de outras masculinidades, especialmente das masculinidades subordinadas. [...] Homens que receberam os benefícios do patriarcado sem adotar uma versão forte da dominação masculina podem ser vistos como aqueles que adotaram uma cumplicidade masculina. Foi em relação a esse grupo, e com a complacência dentre as mulheres heterossexuais, que o conceito de hegemonia foi mais eficaz. A hegemonia não significava violência, apesar de poder ser sustentada pela força; significava ascendência alcançada através da cultura, das instituições e da persuasão. (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 245).

Para o questionamento das premissas que sustentam a hipótese é imperativo trazer Bourdieu com seu magistral ensinamento e provocação. Assim, o quanto a análise – e, por que não, o julgamento – sobre novos tipos de masculinidade não tem, na sua parte constitutiva, os alicerces da dominação masculina, alicerces estes que condicionam a sociedade? O que talvez inevitavelmente faça considerar o tipo masculino do Homem Doce, por exemplo, como um fraco ou um “proveitador de mulheres”. Como Bourdieu (2010) enfatizou, as “predisposições” da dominação masculina atuam na zona mais profunda de nosso ser.

A força simbólica é uma forma de poder que se exerce sobre os corpos, diretamente, e como que por magia, sem qualquer coação física; mas essa magia só atua com o apoio de predisposições colocadas, como molas propulsoras, na zona mais profunda dos corpos. (BOURDIEU, 2010, p. 50).

Paralelamente, é reconhecido por diversos autores (Mercer¹¹, Laclau¹², Giddens¹³, entre outros) que vivemos um momento social disruptivo provocado pelo *deslocamento*¹⁴ dos centros que produziam, no passado, identidades fixas. Segundo Laclau, temos diversos centros que promovem sobreposições e tensões identitárias (WOODWARD, 2000, p. 29).

As tensões identitárias promovem também mais diversidade, que Woodward explica como produto de novos movimentos sociais os quais, ao se posicionarem como não essencialistas, enfatizam a sua fluidez (WOODWARD, 2000, p. 36). Esse ambiente social legitima a exposição de outras formas de expressão de gêneros, inclusive entre os binários e sustentados nas relações heterossexuais. Com isso, dissolvem os limites que poderiam diferenciar explicitamente uma masculinidade

¹¹ MERCER, 1990, p. 4 *apud* WOODWARD, 2000, p. 20.

¹² LACLAU, 1990, p. 40 *apud* WOODWARD, 2000, p. 30.

¹³ GIDDENS, 1991, p. 12.

¹⁴ Definição dada por Ernesto Laclau (1990 *apud* WOODWARD, 2000, p. 29).

tóxica que se deslocou para longe de seu eixo nuclear – a denominada Masculinidade Hegemônica (CONNELL, 1987, p. 183) – de um aliado da equidade de gênero.

Como não é um processo homogêneo, alguns se encontram em claro período de transição – outros nem tanto – de valores, crenças e, conseqüentemente, comportamentos que tornam mais difusos os limites para uma identificação de quem configura o homem machista e de quem não. Como explica Woodward:

[...] a identidade importa porque existe uma crise de identidade, globalmente, localmente, pessoalmente e politicamente. Os processos históricos que, aparentemente, sustentavam a fixação de certas identidades estão entrando em colapso e novas identidades estão sendo forjadas, muitas vezes por meio da luta e da contestação política. (WOODWARD, 2000, p. 39).

O questionamento origina a segunda hipótese: será que algum dos tipos de homens encontrados no Projeto Uno – o Homem Doce, por exemplo –, em vez de ser uma das masculinidades subordinadas que sustentam a masculinidade hegemônica, não é ele próprio um modelo de transição, não completada, entre a típica masculinidade hegemônica e aquela que esteja buscando maior equidade entre as relações binárias, especialmente as heterossexuais? Será que esse tipo de homem não está renunciando ao poder expresso, da agressividade e da subordinação explícita, e, sem ter encontrado ainda sua forma de se relacionar com a masculinidade, pode intercalar entre o Homem Doce e o típico aproveitador que exerce algum tipo de violência patrimonial na relação a dois?

Para buscar um caminho consistente de respostas ou, ao menos, ampliar as hipóteses e contribuir para a discussão social sobre a masculinidade tóxica em todos os seus novos formatos, precisaremos, primeiro, definir alguns conceitos-chave que sustentam a análise desta pesquisa.

4.6 Dominação: a definição de uma aspiração social

Analisar a cultura androcentrista é analisar uma forma de dominação: a dominação dos homens sobre as mulheres. Como vimos, para esse tipo de dominação existir e se manter, ele conta com a solidariedade das próprias mulheres e dos homens, mesmo aqueles que são subordinados ao padrão ideológico de masculinidade hegemônica. Pode-se pensar que a dominação masculina sobre as mulheres – a qual será denominada aqui de cultura androcentrista (definição que será

dada mais adiante) por considerar que esse termo representa a ideologia que torna possível a dominação masculina sobre as mulheres – consegue se manter atual porque é capaz de se transfigurar em diversas formas, deixando mais difusas as fronteiras que a definem.

À medida que, nas últimas décadas, o aumento e a abrangência de informações sobre a cultura androcentrista vêm crescendo, penetrando e desvendando suas faces mais sutis e menos evidentes – mesmo com a resistência do conservadorismo latente na sociedade atual –, há uma adaptação do sistema que sustenta a cultura androcentrista às novas formas sociais de se relacionar, tornando sua identificação difícil.

Minha tendência é pensar que, onde quer que exista a família patriarcal, o patriarcado renasce sempre, mesmo que as relações patriarcais tenham sido abolidas em outros âmbitos da sociedade. Independentemente da opinião que se tenha sobre isso, o fato é que, enquanto existir machismo como ideologia, as relações patriarcais podem ser restabelecidas com facilidade, mesmo que tenham ocorrido mudanças legais que as proscurem. (LERNER, 2019, p. 296).

O poder que está implícito na ideologia da cultura androcentrista permeia a sociedade e, como Bourdieu nos ensina,

[...] é necessário saber descobri-lo onde ele se deixa ver menos, onde ele é mais completamente ignorado, portanto, reconhecido: o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem. (BOURDIEU, 2021a, p. 4).

Para poder elucidar melhor a análise das duas hipóteses que conduzem esta dissertação, recorreremos a Max Weber e sua definição sobre o que é dominação:

“Dominação”, de acordo com a definição já apresentada (Capítulo 1, § 16)¹⁵, significa a oportunidade de obter obediência para ordens específicas (ou para todas) dentro de determinado grupo de pessoas. Não significa, portanto, toda

¹⁵ A definição mencionada é a seguinte: “Poder significa toda a oportunidade (Chance) de, dentro de uma relação social, impor a vontade própria mesmo contra a resistência, seja qual for o fundamento dessa oportunidade. Dominação denominar-se-á a oportunidade de encontrar obediência a uma ordem de determinado conteúdo em dadas pessoas; disciplina chamar-se-á a probabilidade (Chance) de, numa multidão dada de homens, encontrar uma obediência pronta, automática e esquemática a uma ordem, em virtude de uma atitude adestrada. 1. O conceito de ‘poder’ é sociologicamente amorfo. Todas as qualidades imagináveis de um homem e todas as constelações concebíveis podem colocar alguém na posição de impor a sua vontade numa dada situação. O conceito sociológico de ‘dominação’, porém, tem de ser mais preciso e só pode significar a probabilidade de encontrar submissão a uma ordem. 2. O conceito de ‘disciplina’ engloba o ‘treino’ da obediência acrítica e sem resistência das massas” (WEBER, 2022, p. 112).

espécie de oportunidade para exercer “poder” ou “influência” sobre outras pessoas. A dominação (“autoridade”), neste sentido, pode basear-se nos mais diversos motivos de submissão: desde o mero hábito até considerações puramente racionais referentes a fins. (WEBER, 2022, p. 369).

No texto acima, Weber associa um tipo de dominação com “autoridade”. Autoridade esta que é constituída a partir da legitimação do poder do dominante. O autor deixa claro que nem toda dominação busca exclusivamente o benefício material. Há no próprio cerne da dominação a busca pela sua legitimidade. A legitimidade torna a reação contra a dominação uma operação dispendiosa e difícil. No caso do patriarcado, que se tornou a base de nosso sistema de crenças e visão de mundo há séculos, a legitimação da dominação masculina é parte central do sistema que opera a realidade criada.

Ensina a experiência que nenhuma dominação se contenta voluntariamente com motivos puramente materiais, afetivos ou racionais referentes a valores, como possibilidades da sua persistência. Todas procuram despertar e cultivar a crença na sua “legitimidade”. (WEBER, 2022, p. 370).

A legitimidade da supremacia masculina gerou um *habitus*, “lei social incorporada” (BOURDIEU, 2010, p. 64), que normatiza a(s) ordem(ns) do dominante sobre o dominado. Em relação à validade da legitimidade, Weber aponta:

A validade legítima pode ser atribuída pelos agentes a uma ordem: a) por força da tradição: validade do que sempre existiu; b) em virtude da crença afetiva (sobretudo emocional): validade do recentemente revelado ou do que é exemplar; c) graças à fé axiológico-racional: validade do que se tem por absolutamente valioso; d) por efeito de estatutos positivos, em cuja legalidade se acredita. (WEBER, 2022, p. 84).

Mais adiante, o autor descreve os três tipos puros de dominação legítima:

Existem três tipos puros de dominação legítima. A vigência da sua legitimidade pode ser, primordialmente: a) de carácter racional: baseada na crença na legitimidade das ordens estatuídas e do direito de mando daqueles que, em virtude dessas ordens, estão nomeados para exercer a dominação (dominação legal); b) de carácter tradicional: baseada na crença quotidiana na sacralidade das tradições vigentes desde sempre e na legitimidade daqueles que, em virtude dessas tradições, representam a autoridade (dominação tradicional); ou, por fim, c) de carácter carismático: baseada na veneração extra quotidiana da sacralidade, do poder heroico ou do carácter exemplar de uma pessoa e das ordens que ela revela ou cria (dominação carismática). (WEBER, 2022, p. 374).

Gerda Lerner demonstra, em seu completo estudo sobre a história do patriarcado, *A Criação do Patriarcado* (2019), que o sistema que legitima a dominação masculina foi construído por séculos entrecruzando os aspectos públicos, privados, legais, religiosos e econômicos. A dominação masculina faz parte do nosso sentido de mundo – sobretudo por ser profundamente sustentada pelas religiões, em especial a cristã e judaica.

Com base em tais constructos simbólicos integrados à filosofia grega, teologias judaico-cristãs e a tradição legal sobre a qual a civilização ocidental é construída, os homens explicaram o mundo em seus próprios termos e definiram as questões importantes de modo a se colocarem no centro do discurso. (LERNER, 2019, p. 275).

Portanto, o patriarcado, ao legitimar a ideologia da cultura androcentrista, conseguiu criar uma dominação legítima embasada em pelo menos dois dos tipos puros descritos por Weber: o de caráter racional e o de caráter tradicional.

A legitimidade de uma ordem pode ser garantida: 1. De modo puramente íntimo e, claro está, 1) puramente afetivo: por devotamento sentimental; 2) axiológico-racional: pela crença na sua validade absoluta enquanto expressão de valores supremos vinculatórios (morais, estéticos ou quaisquer outros); 3) religioso: pela fé que se tem na dependência que há entre a posse de um bem salvífico e a sua observância. (WEBER, 2022, p. 79).

Apesar da construção histórica que torna legítima a dominação masculina, Lerner considera que essa construção não foi realizada de forma totalmente consciente e planejada. Pode-se pensar que realmente é difícil acreditar que existiram pessoas que previram o futuro, projetando-o de tal forma a planejar minuciosamente as ações sociais para obter o atual estado de dominação. Podemos pensar que a dominação masculina foi criada como resultado de práticas contínuas que aspiravam a segurar o máximo de poder possível, o que terminou promovendo a supremacia masculina.

Não quero sugerir aqui determinismo ou manipulação consciente – é exatamente o contrário. As coisas se desenvolveram de certa maneira, causando determinadas consequências que nem homens nem mulheres planejaram. Eles não tinham como saber das consequências, da mesma forma que os homens modernos que deram início ao admirável mundo novo da industrialização não tinham como saber de suas consequências em relação à poluição e seu impacto sobre a ecologia. (LERNER, 2019, p. 79).

4.7 Masculinidade Hegemônica, um modelo na nossa cultura

A socióloga australiana Raewyn Connell, no seu relevante livro *Gender & Power* (1987), escreveu sobre a Masculinidade Hegemônica, conceito que alicerçou múltiplos estudos sobre a masculinidade nas décadas seguintes. Em 2005 publicou, juntamente com James W. Messerschmidt, na revista *Gender & Society*¹⁶, um artigo no qual repensa o conceito que construiu. Nesse artigo os autores analisam a utilização do conceito em nível mundial em diversos campos de estudos, bem como as críticas recebidas. Propõem uma releitura do conceito em alguns de seus aspectos. Nas palavras dos autores:

O termo gramsciano de “hegemonia” foi corrente, no período, em tentativas de compreender a estabilização das relações de classe¹⁷. No contexto da teoria dos sistemas duais¹⁸, a ideia foi facilmente transferida para o problema paralelo das relações de gênero. Essa transferência teve significativo risco de mal entendimento. Os escritos de Gramsci focam nas dinâmicas da mudança estrutural envolvendo a mobilização e a desmobilização de classes inteiras. Sem um foco claro nesse tópico da mudança histórica, a ideia de hegemonia teria sido reduzida a um modelo simples de controle cultural. E, em boa parte do debate sobre gênero, a mudança histórica em larga escala não está em foco. Aqui vemos uma das fontes das últimas dificuldades com o conceito de masculinidade hegemônica. (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 243).

A masculinidade hegemônica foi entendida como um padrão de práticas (*i.e.*, coisas feitas, não apenas uma série de expectativas de papéis ou uma identidade) que possibilitou que a dominação dos homens sobre as mulheres continuasse. (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 245).

Desse modo, as masculinidades hegemônicas podem ser construídas de forma que não correspondam verdadeiramente à vida de nenhum homem real. Mesmo assim esses modelos expressam, em vários sentidos, ideais, fantasias e desejos muito difundidos. Eles oferecem modelos de relações com as mulheres e soluções aos problemas das relações de gênero. Ademais, eles se articulam livremente com a constituição prática das masculinidades como formas de viver as circunstâncias locais cotidianas. Na

¹⁶ *Gender & Society*, conforme a própria definição que consta de seu *site* é: “a revista oficial de Sociologists for Women in Society, é uma revista reconhecida em sociologia e estudos sobre a mulher e publica menos de 10% de todos os artigos submetidos a ela. Os artigos analisam os processos de gênero e gênero em interações, organizações, sociedades e espaços globais e transnacionais. A revista publica artigos empíricos, juntamente com resenhas de livros. Esta revista é membro do Comitê de Ética em Publicação (COPE)” (SOCIOLOGISTS FOR WOMEN IN SOCIETY, 2022, tradução nossa). O texto utilizado nesta dissertação foi traduzido e publicado no Brasil pela revista *Estudos Feministas* (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013).

¹⁷ Citação dos próprios autores no texto: CONNELL, R. W. *Ruling Class, Ruling Culture*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1977 *apud* CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 243.

¹⁸ Citação dos próprios autores no texto: EISENSTEIN, Z. R. *Capitalist Patriarchy and the Case for Socialist Feminism*. New York: Monthly Review Press, 1979 *apud* CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 243.

medida em que fazem isso, contribuem para a hegemonia na ordem de gênero societal. (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 253).

4.8 Androcentrismo e machismo: de onde partimos para entender o mundo

Existe uma longa discussão no meio acadêmico sobre o uso dos termos machismo e androcentrismo. Ela discorre – tanto entre os que são a favor do uso de um ou de ambos, como entre os que discordam – na dificuldade em chegarem a um acordo sobre se cada termo consegue de fato expressar o cerne da questão que representa.

Nesta dissertação consideramos ambos os termos, dependendo da ocasião, seguindo os caminhos propostos por alguns autores, entre eles as autoras feministas que fizeram parte do *Breve Dicionário de Feminismo*, criado por Rosa Cobo em conjunto com Beatriz Ranea (COBO; RANEA TRIVIÑO, 2020).

Sobre o androcentrismo, Amparo Moreno, autora responsável pela sua definição no referido dicionário, diz:

A Real Academia da Língua Espanhola define o androcentrismo como a "visão do mundo e das relações sociais centradas no ponto de vista masculino". Mas a crítica aos textos acadêmicos nos obriga a questionar esse reducionismo do masculino.

O androcentrismo é uma forma de pensamento e explicação que coloca no centro apenas alguns homens, homens adultos das cidades e classes dominantes, que intervêm nos espaços públicos dos centros de poder, e os representa, simbolicamente, como se fossem superiores ao resto dos seres humanos. Assim, legitima o patriarcado como uma organização social natural, universal e imóvel. (MORENO, 2020, p. 29, tradução nossa).

Na definição do conceito de machismo, a autora Elena Simon nos aponta a confusão que o termo causa ao ser confundido com outros:

O machismo se confunde com outras noções que também vão contra ou prejudicam as mulheres: androcentrismo (ocultação); sexismo (discriminação) ou misoginia (aversão). (SIMON, 2020, p. 154, tradução nossa).

Mas separa o conceito de machismo, afirmando:

O machismo é o braço armado do patriarcado. (SIMON, 2020, p. 154, tradução nossa).

Ao discorrer sobre o machismo, Simon ainda menciona a definição de Victoria Sal, que consta no *Diccionario Ideológico Feminista*:

Um conjunto de leis, normas, atitudes e traços socioculturais dos homens cujo propósito explícito e/ou implícito foi e é produzir, manter e perpetuar a opressão e submissão da mulher em todos os níveis: sexual, procriativo, laboral e afetivo. [...] Na realidade concreta, o machismo é constituído por aqueles atos físicos ou verbais, através dos quais o sexismo subjacente na estrutura social se manifesta de forma vulgar e inadequada. [...] As mulheres compartilham o machismo na medida em que desconhecem as estruturas de poder que regulam as relações entre os dois sexos e as reproduzem e/ou contribuem para sua reprodução continuada pelos homens. (SIMON, 2020, p. 154, tradução nossa).

Assim, nesta dissertação, quando mencionado o termo **androcentrismo** ou **cultura androcêntrica**, refere-se à cultura e/ou o sistema que tem o homem como centro de referência no mundo. Ao ser a referência do ser humano, o homem é colocado como um ser superior em relação à mulher.

Quando mencionado o termo **machismo** nesta dissertação, refere-se a todo tipo de violência – física, psicológica, emocional, social, cultural, moral... –, explícita ou não, que subordina a mulher.

4.9 Patriarcado: religião e crenças alinhadas

Embora o termo patriarcado – também controverso e contestado por feministas¹⁹ e autores por remeter, entre outros pontos, exclusivamente ao sistema em que o pai tem um papel de poder e dominação sobre os outros – e a questão da propriedade (tão ligada ao patriarcado desde sua origem) tenham se modificado com o capitalismo moderno, Gerda Lerner, como mostrado anteriormente, comprova que

¹⁹ “O problema com o termo patriarcado, que a maioria das feministas usam, é que tem um significado limitado e tradicional – não necessariamente o significado que as feministas dão a ele. Em seu significado limitado, patriarcado se refere ao sistema, derivado historicamente do direito grego e romano, em que o homem chefe de família tinha total poder legal e econômico sobre seus familiares dependentes, mulheres e homens. As pessoas que usam o termo dessa forma não raro inferem um fator a-histórico limitado a ele: o patriarcado começou na Antiguidade clássica e terminou no século XIX, com a outorga de direitos civis para mulheres, em particular as casadas. Esse uso é problemático porque distorce a realidade histórica. A dominância patriarcal de chefes de famílias homens sobre seus parentes é muito mais antiga que a Antiguidade clássica; ela começa no terceiro milênio a.C. e encontra-se bem estabelecida na época em que foi escrita a Bíblia Hebraica. Além disso, pode-se defender que, no século XIX, a dominância masculina na família apenas tomou novas formas, sem ter conhecido seu fim. Então, a definição limitada do termo ‘patriarcado’ tende a impedir a definição precisa e a análise de sua presença contínua no mundo de hoje.” (LERNER, 2019, p. 294).

ele continua sustentando o machismo por estabelecer os papéis sociais dos membros da família. Valores que são renovados constantemente.

O patriarcado é uma criação histórica formada por homens e mulheres em um processo que levou quase 2.500 anos até ser concluído. A princípio, o patriarcado apareceu como Estado arcaico. A unidade básica de sua organização foi a família patriarcal, que expressava e criava de modo incessante suas regras e valores.

[...]

Os papéis e o comportamento considerados apropriados aos sexos eram expressos em valores, costumes, leis e papéis sociais. (LERNER, 2019, p. 266).

Patriarcado, em sua definição mais ampla, significa a manifestação e institucionalização da dominância masculina sobre as mulheres e crianças na família e a extensão da dominância masculina sobre as mulheres na sociedade em geral. (LERNER, 2019, p. 267).

4.10 Poder e dinheiro: a transferência da renda para a mulher e seus efeitos na masculinidade

No seu livro *Gender & Power*, Connell, num dos subcapítulos, “As Principais Estruturas: Trabalho, Poder e Catequese” (CONNELL, 1987, p. 91, tradução nossa), do segundo capítulo, “As Estruturas das Relações de Gênero”, apresenta algumas pesquisas que apontam para uma mudança no comportamento dos homens em relação ao trabalho externo e que afeta a sua participação nos trabalhos domésticos.

Antes a autora esclarece o uso que faz do termo “estruturas”:

O conceito de 'estrutura social', embora fundamental para as ciências sociais, é ambíguo. A sua utilização vai desde os modelos rígidos e sofisticados de Piaget, Lévi-Strauss e Althusser até aos casos muito mais numerosos em que qualquer coisa que mostre um padrão detectável é chamada de 'estrutura'. A maioria dos escritos sobre gênero está bem no final do espectro. Os autores geralmente se dão bem com uma ideia aproximada de que há alguma ordem em larga escala nas relações de gênero, mas pouca clareza além disso. (CONNELL, 1987, p. 92, tradução nossa).

E deixa claro qual é o conceito que assume no seu livro:

Para encurtar o que poderia ser uma discussão muito longa sobre definições, assumirei que o conceito de estrutura é mais do que outro termo para "padrão" e se refere à intratabilidade do mundo social. Reflete a experiência de enfrentar algo, de limites à liberdade; e também a experiência de poder operar por procuração, para produzir resultados que as próprias capacidades não permitiriam. O conceito de estrutura social expressa as restrições que residem em uma determinada forma de organização social (em vez de,

digamos, fatos físicos sobre o mundo). As "restrições" podem ser tão grosseiras quanto a presença de um exército de ocupação. Mas, na maioria dos casos, as restrições à prática social operam por meio de uma interação mais complexa de poderes e por meio de uma série de instituições sociais. Assim, as tentativas de decodificar uma estrutura social geralmente começam analisando instituições. (CONNELL, 1987, p. 92, tradução nossa).

No subcapítulo mencionado anteriormente, Connell aborda que a diferença na área de trabalho – e conseqüentemente de ganho financeiro – entre os sexos é um produto do sistema capitalista. Fruto dessa diferença, a mulher ganha menos do que o homem e costuma estar circunscrita a trabalhos de menor liderança e menor valorização, inclusive financeira. Dessa forma, o poder, tão associado ao dinheiro, está nas mãos dos homens.

Mas grandes transformações vinham acontecendo. Transformações que se aceleraram, como já foi apresentado, especialmente após a Segunda Guerra Mundial. Celeste Mira, no seu livro *O Leitor e a Banca de Revistas*, ao nos apresentar a história da revista *Playboy* nos Estados Unidos, aponta a transição de valores na sociedade norte americana, que chegaria ao Brasil.

Na época que planejava sua *Playboy*, a moral e os costumes estavam mudando na sociedade norte-americana. Logo depois da Segunda Guerra Mundial, os valores tradicionais em relação ao sexo, ao casamento e à família começavam a se transformar. Nascida da força do ascetismo puritano, a América estava entrando num novo patamar. O fordismo atingia o seu auge. Tinha início a "Era de Ouro", tempos de abundância e de bem-estar social. A cultura de mercado se voltava para as grandes massas, escoando a produção da grande linha de montagem capitalista. O grande problema do capitalismo deixava de ser produzir e acumular e passava a ser fazer consumir. E nela tiveram um papel fundamental os novos meios de comunicação de massa: no cinema, no rádio ou nas revistas, uma grande fissura na moral puritana começava a se abrir. (MIRA, 2003, p. 101).

Segundo Connell:

O boom de bens de consumo da década de 1950 foi, entre outras coisas, uma reconstituição da divisão sexual doméstica do trabalho por novos meios. (CONNELL, 1987, p. 102, tradução nossa).

As mulheres não só entram no mercado de trabalho – estudam mais e ganham mais –, como vão se desenvolvendo no que diz respeito a cargos de liderança. É

evidente que ainda o Brasil – e o mundo – está longe da equidade. Mas nas últimas décadas o cenário vem mudando.

Como foi apontado pelas pesquisas no item 4.2 desta dissertação, há uma mudança estrutural acontecendo que tem feito as mulheres ganharem mais dinheiro. Um avanço lento e preciso.

Ao haver mais divisão entre quem paga os gastos do casal – o que significa divisão de poder e poder de escolha –, o papel masculino como provedor é totalmente confrontado. O Projeto Homens mostrou que poucos estavam interessados em voltar ao comando – o denominado “chefe de família” – se isso significasse assumir todas as contas novamente.

Por outro lado, homens e mulheres se sentiam perdidos em relação ao que esperar desse novo homem. Onde está a sua hombridade? O que nos leva a perguntar: afinal o que é hombridade? Uma pergunta que ressoa e deve demorar em ser respondida – se algum dia ela for.

4.11 Homem e mulher no sistema familiar

Ao analisar e pensar os diversos tipos de homens na sociedade, faz-se necessário compreender que a sua formação é produto de um sistema social que tem como um dos seus principais alicerces a família. É no núcleo familiar que se aprende a desempenhar a existência constantemente enquadrada em moldes morais, políticos e econômicos. Ser homem e ser mulher são os “primeiros significantes”, como nos explica Maria Rita Kehl (2016), que todo ser humano recebe para se organizar na sua vida.

As formações de linguagem precedem os indivíduos e os inscrevem em determinadas posições na ordem simbólica; “homem” e “mulher” são os primeiros significantes que nos designam assim que chegamos ao mundo, antes de qualquer possibilidade de escolha, antes que o *infans* se constitua em sujeito do desejo. Somos desde o início e para sempre “homens” ou “mulheres” porque a cultura assim nos designou, e nossos pais assim nos acolheram a partir da mínima diferença inscrita em nosso corpo, com a qual teremos de nos haver para constituir, isto sim, o desejo, a posição a partir da qual desejamos, o objeto que haveremos de privilegiar e o discurso com o qual enunciaremos nossa presença no mundo. (KEHL, 2016, p. 10).

Portanto, embora a pesquisa desta dissertação discorra sobre os tipos de homens encontrados durante o Projeto Uno, é importante ressaltar que as mulheres

– especialmente nas relações heterossexuais, foco deste trabalho – também se diversificaram e acompanharam de algum modo a formação desses novos tipos de masculinidade.

5 RESULTADOS OBTIDOS

Mostra-se relevante trazer alguns resultados de todos os Projetos Uno que contribuirão para a pesquisa e a análise da dissertação.

5.1 Principais resultados gerais obtidos nos Projetos Uno

2010 Projeto Mulheres. As mulheres se mostraram bastante irritadas e até raivas com os homens. O entendimento do que gerava esse estado de espírito comum à maioria das entrevistadas era de que o homem não evoluía como elas tinham evoluído. A frustração demonstrada era alimentada pelo fato de elas se manifestarem cansadas de serem, segundo a maioria, as melhores no relacionamento amoroso: as que resolviam as coisas, as que tomavam a decisão, as que tinham capacidade de realizar praticamente tudo – “multitarefa”²⁰ –, sendo que o homem era comumente denominado de “mono”.

Havia um cansaço e uma falta de confiança no masculino, o que gerava uma necessidade de controlar a vida familiar e amorosa. A falta de confiança – justificada, nos depoimentos, pela falta de responsabilidade que relatavam dos companheiros em relação às responsabilidades familiares – tensionava constantemente a relação.

Esse estado de tensão também acontecia no ambiente de trabalho em que o machismo era mais contundente e óbvio; embora nem todas se davam conta disso. Só percebiam o trabalho como um ambiente bastante competitivo. Fato que as estressava muito.

2011 Projeto Homens. Como já mencionado anteriormente, os homens se mostraram acuados. A maioria dos entrevistados não se posicionou contra o avanço das mulheres – muito pelo contrário, a maioria considerava as mulheres fortes e um esteio na vida deles. Havia admiração. Acuados, pareciam meio perdidos nos seus papéis e, até certa forma, acomodados. Sentiam que estavam perdendo terreno no trabalho e na vida profissional, ao passo que demonstraram não querer carregar sozinhos, novamente, a responsabilidade de prover a família. Esse papel masculino não lhes interessava. Alguns apresentavam um discurso que parecia colocá-los com

²⁰ Palavra usada com bastante frequência pelas entrevistadas para se autodenominar.

ares de imaturidade, dando o crédito da responsabilidade e maturidade para as suas companheiras ou as mulheres com quem se relacionavam.

2013 Projeto Uno. O Projeto Uno de 2013 foi o mais completo de todos os Projetos Uno. Com apoio da marca O Boticário – que nesse momento estabeleceu uma parceria exclusiva com a behavior –, foram realizados campos em Recife, Belo Horizonte, Porto Alegre e São Paulo.

Nesse projeto que foram observados três tipos de homens com diferenças mais marcadas que foram a base dos tipos descritos nesta dissertação. Também foi nesse Projeto Uno que se notou uma diminuição no atrito entre a maioria dos homens e das mulheres. A relação amorosa se apresentou como o tema mais relevante na vida dos entrevistados – mulheres e homens. O sonho por uma relação amorosa que fosse companheira era evidenciado por boa parte da amostra.

Pode-se supor que, nesse momento, os homens e as mulheres estavam abertos a um novo modelo de relacionamento romântico-afetivo. Ambos desejavam construir uma nova forma de se relacionar. No caso do homem, o papel tradicional masculino não estava dando conta do próprio homem.

Devemos lembrar que o ambiente externo estava em acelerada mudança. Só para mencionar uma das questões que atingia as pessoas: a tecnologia estava fortemente ingressando nas empresas e no ambiente da vida cotidiana, cobrando de todos os adultos habilidades muitas vezes difíceis de serem obtidas a curto prazo. Esse exemplo nos leva a pensar na possibilidade de existir um ambiente externo – ambiente do trabalho, ambiente social e familiar, por exemplo – que cobrava do homem e da mulher comportamentos que não conseguiam oferecer. Podemos propor a ideia de que esse ambiente externo era “hostil” e pode ter facilitado o fortalecimento da relação romântico-companheira.

O fato é que em 2013 os homens manifestavam se sentir acolhidos na relação romântica. A mulher parecia ser a grande referência deles, a visão de mundo que os influenciava fortemente. Lembrando a resposta dada pelos participantes durante o *workshop*, em que a mãe era a grande heroína da vida deles, e pensando no grande número de homens que foram criados somente por mães no Brasil, podemos aventar que num momento de insegurança foi com elas que eles decidiram se recolher.

Os entrevistados entendiam por companheira a relação em que haveria parceria no tocante aos interesses do casal. Identificou-se a ideia do outro – especialmente nas relações heterossexuais – como “complemento”; isto é, o diferente,

o quase oposto, era visto como algo que prejudicava a relação amorosa. Buscava-se alguém com ambições, desejos, formação e expectativa da vida similar. Cabe ressaltar que os mais jovens, especialmente em São Paulo, manifestavam um desejo que parecia ser por alguém muito semelhante a si mesmo.

Pode-se pensar, agora em perspectiva, que esse etos captado no que diz respeito à relação amorosa – o sonho da relação romântico-companheira – contribuiu para a clarificação dos tipos de homens confirmados no Projeto Uno de 2018 e no Projeto Uno de 2020 (embora este, como dito anteriormente, não tenha tido todo o campo concluído por conta da pandemia da covid-19).

2015 Movimentos Humanos. Microcosmo. Assim foi denominado um dos movimentos captados nas análises posteriores dos Projetos Uno realizados até esse ano – análise que foi chamada mercadologicamente de Movimentos Humanos. O casal tinha se tornado um eixo preponderante. Os casais relataram que haviam se afastado ou diminuído a frequência dos ambientes sociais e comunitários, optando por um tipo de isolamento. Acreditavam que sem tanta interferência externa direta poderiam criar uma realidade mais “única”. As decisões eram tomadas entre quatro paredes. A confiança parecia ser um elo forte entre esses casais. A mulher demonstrava estar decidida a investir no amor romântico com esse homem que considerava, de certa maneira, inferior – ela se via na necessidade de “ajudá-lo” –, no espírito de construírem juntos uma relação mais saudável.

A mulher desse casal manifestava que tinha se afastado, em parte, do posicionamento da mulher poderosa que vive feliz sem homem – discurso de um grupo de mulheres consistente no Projeto Mulheres de 2010 e no Projeto Uno de 2013. O homem se apresentava mais confiante e menos acuado ao se sentir mais acolhido pela mulher. Embora bastante sutil, notou-se nas análises que essa posição mais confiante começava, em alguns entrevistados, a apontar a possibilidade de retomada de uma certa dominação masculina mais evidente.

2018 Projeto Uno. As imagens escolhidas por alguns homens da amostra chamaram a atenção novamente: traziam – num número proporcionalmente mais significativo do que no Projeto Uno de 2011 – imagens relacionadas a carros de luxo, festas sensuais, mulheres bonitas ao redor de homens, homens demonstrando poder financeiro. O Projeto Homens de 2011 tinha trazido, como mencionado anteriormente, poucas imagens dessa natureza. Situação que se repetiu no Projeto Uno de 2013.

O fato de aquelas imagens terem voltado apontava a possibilidade de que uma parte dos homens acucados entrevistados em 2011, acolhidos pela mulher entrevistada em 2013 – e com isso novamente se sentindo importantes –, voltasse a querer se aproximar da imagem da masculinidade hegemônica. Isto é, a manifestar orgulho por traços como virilidade assumida, desejo de poder (dominação) e luxo.

É importante ressaltar que a maioria das imagens escolhidas pelos homens ainda remetiam à valorização da relação romântico-companheira, à família, a uma vida leve. O ponto é que as outras imagens apareceram, proporcionalmente, com maior frequência do que no Projeto Homens de 2011.

É impossível não associar esse fato com o momento político que o Brasil viveu de 2015 a 2018, que, podemos pensar, devia estar contaminando o pensamento social e que, de alguma forma, o Projeto Uno conseguiu captar.

5.2 Os tipos de homens encontrados

A seguir serão apresentados os tipos de homens identificados nos Projetos Uno. Antes é importante evidenciar como esses tipos foram construídos durante a análise do Projeto Uno e retrabalhados durante a análise para esta dissertação à luz, como foi mencionado, dos autores apresentados ao longo do mestrado.

Sem querer – nem poder – compará-los com o modelo deixado por Max Weber acerca dos seus tipos ideais, a intenção foi criar tipos como parâmetros que contribuam para a discussão da masculinidade brasileira.

De todos os matizes que um ser humano pode apresentar ao longo de uma pesquisa qualitativa de grande porte – especialmente uma contínua e com um bom número de entrevistas realizadas²¹ –, foram observados aqueles que se repetiam com boa constância.

À medida que o campo e a análise iam avançando, certas características ficaram consolidadas e, com elas, um grupo de características correlatas. Obviamente, nem sempre um grupo de características correlatas se alinhavam a todas as pessoas que apresentavam fortemente a característica principal.

²¹ Os Projetos Uno tiveram 535 pessoas entrevistadas ou participantes de alguma das técnicas utilizadas.

Uma das conclusões que o Projeto Uno trouxe foi a de que eram variantes do mesmo assunto – variantes derivadas em muitos casos de variáveis como idade, classe econômica e cidade onde acontecia o campo.

Os traços característicos observados foram captados pela própria narrativa da pessoa entrevistada e pelas imagens de projetivas escolhidas – fossem os entrevistados homens ou mulheres. A análise desse conteúdo gerou a criação de tipos. Dificilmente serão encontrados homens com um tipo puro tal como os descritos nesta dissertação.

5.2.1 Tipo: o Homem Rei

Sabemos que o androcentrismo é um sistema que permeia a nossa sociedade, o que nos leva a compreender que todos somos e agimos, conscientes ou não, a partir desse sistema que sustenta a supremacia masculina. A denominação deste tipo de homem – o Homem Rei – tem por objetivo destacar aqueles que estão convencidos de que são o centro da sociedade tanto por direito como por obrigação.

Sentem que cumprem seu papel ocupando o lugar de destaque. Esperam ser tratados como majestade na vida de quem está ao redor. De forma geral, parecem ser os mais presos ao papel tradicional masculino.

O entendimento de supremacia nem sempre significa direito à promiscuidade, à agressividade explícita contra a mulher ou ao vale-tudo. Embora se possa pensar que é desse tipo de homem que o homem agressivo e violento tenha seu início, nas entrevistas observou-se também um homem que assume o lugar de majestade como se fosse uma grande responsabilidade. Uma boa parte dos Homens Rei não se importam em ser os provedores da família; para estes, a diminuição de ganho financeiro, por exemplo, seria um fracasso como homem.

Em relação à conquista amorosa, os Homens Rei se mostraram bastante vaidosos. Como se a escolha deles fosse suficiente para a pessoa desejada aceitar ou ficar envolvida.

É importante apontar aqui que no Projeto Homens de 2011 a manifestação desse tipo de homem se apresentou disfarçada ou sutil – provavelmente devido ao contexto sociopolítico cultural que o Brasil estava vivendo e que foi apresentado no item 4.2 desta dissertação.

5.2.2 Tipo: o Homem Macho

É, provavelmente, o tipo mais fácil de ser entendido por representar o machista típico. Quase um personagem caricato encontrado na vida real. Manifestado de forma aberta ou indireta, esse homem se entende num *status* não só superior ao da mulher. Difere do tipo anterior – O Homem Rei – porque os homens que fazem parte deste tipo se mostraram mais agressivos na defesa de sua supremacia e discorrem sobre a mulher como um objeto do qual se tem posse sem grandes pudores. Há, nesse contexto, a questão sexual, que se mostrou preponderante na autoafirmação. Aliás, parece ser esse o norte que o define como homem.

Com pensamentos conservadores e tradicionais, discorriam com tranquilidade sobre atividades que consideravam fazer parte do universo dos homens: diversão somente entre homens (bebidas, farra, esportes com frequência só masculina), infidelidades e paternidade com mulheres diversas – em muitos casos, ter muitos filhos é sinônimo de potência sexual.

Pareceram ter menos pudor em gastos com objetos de luxo, mesmo que isso desequilibrasse as finanças da família.

A agressividade era vista por este tipo de homem como um traço masculino. Faz parte do homem que é homem de verdade. Embora não se possa afirmar que todos os entrevistados que faziam parte desse tipo chegassem às “vias de fato”.

Quando acuados, mostraram-se raivosos e com desejo de uma certa vingança. Nos seus relatos de vida, se apresentam como poderosos nas suas decisões e apresentam as suas mulheres – normalmente no plural – como aquelas que correm atrás deles.

Cabe ressaltar que, ao longo de todos os Projetos Uno, foram poucos que manifestavam as características de forma plena. Como o próprio conceito de Masculinidade Hegemônica que a autora Connell (1987) apresenta, foram numericamente poucos, mas representam um comportamento normativo; por isso sua importância na especificação desse tipo de homem.

5.2.3 Tipo: o Homem Frágil

São homens que parecem buscar – e parecem encontrar – mulheres fortes que se dispõem a estar ao seu lado para protegê-los.

Foram os que se apresentaram mais perdidos no seu papel como homens nos tempos atuais. Ora pareciam se mostrar machões perante os amigos, ora pareciam submissos às suas mulheres.

É um tipo que se apresenta, sem muito conseguir esconder, um certo temor ao ambiente externo. Falam bastante de suas mulheres – companheiras, filhas, mães, tias – com certo orgulho e admiração, e pouco sobre sua vida pessoal. Parece que há pouco a contar.

Parece também que a dominação exercida por um outro – mulher, chefe ou qualquer autoridade – os assusta. Aparentam ser pouco abertos ao conflito direto.

O relato de um entrevistado denota bem comportamentos que podem ser conectados com esse tipo masculino: o entrevistado conta que estava a caminho de casa pensando em chegar logo para assistir ao jogo de futebol que já devia estar começando. Assim que abre a porta, vai para a sala e pega o controle remoto para ligar a televisão. Nesse momento, ouve a voz da mulher dizendo: “não vai ligar a televisão para assistir ao jogo, né?”. O entrevistado desliga a televisão. Perguntei por que ele desligou. A resposta foi: “não vale a pena brigar”.

5.2.4 Tipo: o Homem Sensível

O Homem Sensível foi inicialmente identificado no Projeto Homens de 2011. Embora no relatório de 2011 não aparecesse a denominação Homem Sensível – foi denominado esse tipo de homem como de Homem Doce – ele apontava para traços diferentes dos habituais num grupo consistente de homens ouvidos durante o projeto.

Como foi dito, observou-se um homem acuado pelo ambiente sociocultural. Colocava-se abertamente contrário ao machismo e ao androcentrismo. Diferentemente do Homem Frágil apresentado, havia uma animação e quase empolgação em estar vivendo um momento de desestruturação.

Um ponto que pareceu marcar a vida desses homens foi a paternidade. É como se a relação com os filhos lhes permitisse experimentar diversas formas de expressão de afeto e amor sem tanto pudor, sem ser criticados. Era no convívio com os filhos que esses homens iam liberando as suas emoções.

Pareciam menos competitivos e menos apoiados na crença das diferenças entre homens e mulheres. Como se os dois mundos não fossem tão distantes assim.

Outros pontos analíticos que chamaram a atenção e fazem parte dos relatórios do Projeto Homens e do Projeto Uno de 2013 são:

- a. Sensação de estarem constantemente errados só pelo fato de serem homens. O que origina a busca por mudança na forma de ser homem.
- b. Manifestação de emoção quando a fala recai sobre os filhos.
Entrevistadora: *Por que você ama brincar com teu filho?* (o entrevistado tinha manifestado que era uma das coisas que mais amava fazer)
Entrevistado: *Porque é no olhar do meu filho o único lugar que ainda me sinto herói.*
- c. A manifestação do não desejo de lutar e impor algum tipo de violência contra a perda da posição de supremacia – parecia que havia um certo alívio em sair dessa posição.
- d. Desejo manifestado de se “desestruturar”. Busca por comportamentos menos formais e rígidos que se refletiam na sua forma de se expressar, inclusive no vestuário. No Projeto Homens de 2011, na segunda onda do projeto, foi realizado um levantamento de dados secundários sobre o vestuário masculino e suas tendências. Na época, as roupas que davam mais prazer aos homens usar eram as que tinham traços esportivos e casuais. Um aspiracional que se contrapunha às roupas formais – na época, a bermuda e o tênis eram uma tendência que atraía mais e mais homens.
- e. Busca por uma relação companheira com a mulher. O companheirismo que visa aspirar o futuro em conjunto. Como dito, a busca era por alguém similar a si mesmo: que tivessem os mesmos sonhos, mesmo *background*, mesmo aspiracional de vida, mesmos gostos. A ideia era a de que “entre iguais ou similares” a relação tendia a ser mais feliz e tinha mais chances de durar. Uma contraposição à ideia da “completude” que tanto apoia casais com personalidades opostas, alimentados pela ideia de que o homem e a mulher são seres totalmente distintos e que, assim sendo, ao se unirem, viram um ser completo. Vale apontar que é justamente essa ideia, da qual eu compartia, que gerou o nome de Projeto Uno em 2013, quando a amostra ficou equitativa entre homens e mulheres.
- f. Afirmação da busca por um relacionamento amoroso fiel e leal.
- g. Diminuição na noção de diferença entre os sexos.

Quando no estudo de Movimentos Humanos de 2015 apareceu o que denominei de Microcosmo²², havia ficado demonstrado que existia um grupo de homens – e mulheres que se relacionavam com eles – que pretendiam romper com o modelo de masculinidade hegemônica.

Consideravam esse modelo antiquado e negativo, seja pela lembrança que tinham de seus pais – modelo que muitos manifestavam não querer seguir –, seja porque acreditavam que poderia existir uma forma diferente de viver uma relação amorosa, mais “moderna” e mais “feliz”. Buscavam ter uma relação “honestas”, nas palavras de vários dos entrevistados.

Esse grupo de homens contava que a diversão tipicamente masculina, de conversar sobre mulheres de forma sexualizada, contar casos e peripécias que fazem para trair e não serem descobertos, frequentar rodas de amigos e saídas para beber e ficar disponíveis para uma possível paquera ou aventura – não lhes interessava.

Nesse tipo de homens se observava a busca por um relacionamento amoroso embasado no afeto e na confiança. Relacionamento no qual a traição sexual parecia não caber. O interesse – e esforço – era construir uma vida a dois fundamentada na ideia de **companheirismo**. Conceito realmente relevante para esse segmento.

Os homens que foram considerados dentro do tipo Homem Sensível no projeto da behavior manifestavam se importar menos se demonstrassem seus sentimentos – chorando se fosse necessário – e não associavam isso com falta de masculinidade. Diferentemente do típico homem fechado, falavam bastante, detalhando diversos aspectos de suas vidas. Diziam dividir as tarefas domésticas e o cuidado com os filhos com tranquilidade. E mais: consideravam isso justo e amavam essa atividade.

²² Microcosmo é uma das sete tendências que denominei, mercadologicamente, de Movimentos Humanos (mais informações sobre os Movimentos Humanos podem ser encontradas em <http://www.behavior.com.br/blog/pt/>). O conceito – sem nenhuma pretensão acadêmica e, por isso, buscando uma fácil compreensão por parte do mercado de *marketing* – consistia na seguinte definição: “Ao escolher o Amor como caminho para a felicidade, entendemos que a melhor maneira era viver a dois. Feita essa escolha, a mulher empoderada, que vivia proclamando a autossuficiência para sua felicidade, recuou. O homem, antes acuado pelo posicionamento quase beligerante feminino, mesmo sem ainda encontrar seu papel social, sentiu-se acolhido. Assim, estabeleceram uma relação amorosa embasada em novos valores. Chamei essa relação de Relacionamento Romântico-Companheiro”.

“Ao compreender que o ambiente público interferia na relação, buscaram autonomia para Ser e Decidir. Criaram, mesmo sem saber, um próprio Microcosmo, dentro do qual se consideravam isolados. Ao limitar a participação do ambiente social nesse Microcosmo, homens e mulheres estão construindo o novo significado e forma de poder, relacionamentos amorosos e identidades feminina e masculina. Chamo esse processo de Sociedade Par”.

Diziam ser bastante carinhosos, especialmente com seus filhos, mas também com as suas companheiras. Seguindo a forma mercadológica de relatório de pesquisa – de criar nomes e conceitos fáceis de serem absorvidos pelo *marketing* –, esse tipo de homem foi denominado de Homem Sensível no relatório Movimentos Humanos. Uma forma de distingui-los dos demais tipos de masculinidade.

O tipo Homem Sensível se mostrava feliz numa relação amorosa embasada no companheirismo e na união. Havia até um orgulho de fazer parte de algo que consideravam contemporâneo e disruptivo.

Para conseguir construir um relacionamento assim, os entrevistados e entrevistadas diziam ter se afastado das rodas de amigos que seguissem o modelo de masculinidade hegemônica e feminilidade enfatizada²³. Pelos depoimentos, notava-se que os casais compartiam basicamente tudo entre si, envolvendo poucas pessoas. Havia grande valorização da intimidade que se tinha criado entre eles e, ao mesmo tempo, da desconfiança com os outros além desse *microcosmo*, como se não confiassem em mais ninguém ou como se quisessem ter domínio total das decisões que tomavam, com a pretensa ilusão de que eram exclusivas e sem nenhuma interferência externa.

Assim, compartilhavam planos, ideias e decisões sobre o futuro, evitando discuti-los com os outros ou ouvir opiniões diretas sobre eles. Em particular, pareciam temer a interferência da família – que em muitas ocasiões cobrava uma relação mais tradicional como se casar, comprar uma casa, ter filhos e uma carreira profissional estável. Mesmo entre amigos mais próximos, havia algo que os fazia calar. Além da possível desconfiança, demonstravam um prazer em manter as coisas “só a dois”.

A mulher do tipo Homem Sensível se mostrava pouco belicosa e pouco interessada em se apresentar como superior ao homem – diferentemente da maioria das mulheres entrevistadas no Projeto Uno. Outra característica das parceiras do Homem Sensível é que se apresentavam mais abertas a acolher esse homem nas suas inseguranças e sua sensibilidade.

Essa mulher se mostrava segura na posição de mulher forte e empoderada junto com um homem sensível e companheiro, sem parecer, pelo menos no plano

²³ Os autores R. W. Connell e James W. Messerschmidt, no seu artigo anteriormente mencionado Masculinidade hegemônica: repensando o conceito, explicam que: “o conceito de feminilidade enfatizada põe o foco sobre a complacência em relação ao patriarcado” (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 266).

discursivo, ter necessidade de afirmar sua autoestima diminuindo seu companheiro. É como se usasse sua força para permitir que essa masculinidade nova se expressasse.

Quando encerrei o Projeto Uno de 2013 e o estudo dos Movimentos Humanos em 2015, a possibilidade de um novo grupo de homens – o Homem Sensível – estar crescendo e se fortalecendo parecia ser o indício de uma mudança importante para ser captada e seguida.

6 CONCLUSÃO: O HOMEM SENSÍVEL É SUSTENTÁVEL A LONGO PRAZO?

Qual é, em verdade, o destino ou, melhor, a significação, em sentido muito especial, de que está revestido todo trabalho científico, tal como, aliás, todos os outros elementos da civilização sujeitos à mesma lei? É o de que toda obra científica “acabada” não tem outro sentido senão o de fazer surgirem novas “indagações”. (WEBER, 2011, p. 24).

Imagino que começar a conclusão de uma dissertação de mestrado com uma pergunta como título não seja o mais adequado. Porém, entendo que um trabalho de pesquisa de mestrado visa, antes de mais nada, contribuir para a discussão social sobre o tema objeto dela. Sob essa ótica, não considero nada mais incentivador para uma discussão do que uma pergunta.

Foi essa pergunta que me guiou ao longo da pesquisa. Uma pergunta que provavelmente não terá uma resposta definitiva nos próximos anos – talvez nem nas próximas décadas –, mas que pode ajudar a repensar sobre o quanto estamos dispostos a romper com a cultura androcêntrica. Uma cultura que nos define como mulheres e como homens.

No Projeto Uno de 2018, a harmonia do típico casal que compunha o Homem Sensível e sua companheira tinha diminuído. Foram encontrados menos casais com as mesmas características que em 2013. Os Homens Sensíveis estavam menos coesos na manifestação de como eles se descreviam no dia a dia do relacionamento do que em 2013.

É possível afirmar que, comparado ao Projeto Uno de 2013, o Homem Sensível estava diferente. Pode-se dizer que tinha encontrado um leque maior de maneiras de se apresentar – embora todos conectados com uma sensibilidade mais evidente, em comparação com os tipos Homem Rei e Homem Macho. Distantes também do Homem Frágil, que, como apontado em sua descrição dele, apresentava fragilidade na sua autopercepção e autoestima, contrariamente ao Homem Sensível.

As mulheres continuavam a apoiar e se colocar como companheiras desses homens, mas já apontavam uma certa irritabilidade. Um ponto que foi captado no Projeto Uno de 2018 é que o casal tinha voltado a se integrar a grupos e existiam maiores trocas de ideias e planos do que apresentado em 2013. O microcosmo tinha se aberto.

Também notei, por meio da behavior, que o “novo homem”, mais sensível e mais colaborativo com a companheira, estava aparecendo nas propagandas e temas de algumas pesquisas que o colocavam de forma sempre positiva. Como se o “novo homem” – entre outros pontos, muitos queriam dizer, mais sensível – fosse o futuro melhorado do homem “antigo”. Havia, claro, como em toda propaganda, uma valorização positiva para uma direção que o público devia seguir.

A própria behavior tinha colaborado com a equipe de *marketing* da perfumaria masculina de O Boticário, levando os apontamentos do Projeto Homens e do Projeto Uno de 2013 para o entendimento dessa possível tendência comportamental. Além desse trabalho, realizei algumas palestras dentro e fora das empresas abordando esse tema.

Como contribuição para a discussão sobre os papéis sociais do homem – e da mulher –, pode-se refletir sobre como o ambiente externo pode segurar ou reprimir o movimento de deslocamento do papel social, além da conhecida influência sobre o seu deslocamento. E quanto de tensão surge, nas relações sociais, dessas ações contrárias.

Em 2020²⁴ foi bem mais difícil encontrar casais com um bom grau de harmonia como aconteceu em 2013. Há, evidentemente, um contexto socioeconômico e político acentuado no Brasil que deve ter impactado essas relações. Era o segundo ano da presidência de Jair Bolsonaro e sua política de direita conservadora ia ficando cada vez mais perceptível, o que gerou reações das partes mais progressistas da sociedade. Pode-se pensar que existia um ambiente de agressividade que tinha se iniciado nas eleições de 2018 e atingia, aos poucos, os lares e as famílias brasileiras.

A percepção do campo realizado semanas antes do início da pandemia da covid-19 (em 2020), quando ninguém imaginava o que estaria por vir, foi que a alegria das mulheres pelo encontro de um relacionamento amoroso romântico e companheiro, evidenciada no Projeto Uno de 2013 e que tinha se mostrado um pouco enfraquecida no Projeto Uno de 2018, estava baixa. Uma parte das mulheres alegres tinham derivado para mulheres desanimadas.

Nem raiva, nem esperança. O sentimento identificado era de uma quase desistência do sonho do amor romântico equitativo. O grande questionamento, para

²⁴ O campo do Projeto Uno de 2020 foi realizado somente nas cidades de Recife e Salvador – 12 entrevistas por cidade. O campo da cidade de São Paulo não pode ser realizado pelo início da pandemia da Covid-19.

várias delas, era se valia a pena se separar ou se, “já que todos são iguais”, não valia mais a pena continuar com quem era conhecido. Afinal, o companheiro não era tão ruim assim. Havia piores.

Um dos grandes motivos desse desalento, segundo as entrevistadas, era que esse Homem Sensível se apresentava, na opinião delas, acomodado e passivo para as coisas práticas da vida.

Uma boa parte também relatava comportamentos considerados irresponsáveis, especialmente no que se referia às questões financeiras do casal. Além disso, vários desses homens deixaram de dividir mais equitativamente – caso o fizessem no passado – os deveres e tarefas do lar e os cuidados com os filhos.

Da parte dos homens, parecia que tudo corria bem e igual. Viam-se como homens à frente de seu tempo, bons pais, ótimos companheiros. A relação com os filhos, ponto de extrema importância para o Homem Sensível, continuava relevante e alimentada.

Autoavaliavam-se como homens que viviam a paternidade também nas suas tarefas – gostavam de participar das atividades dos filhos na escola, levar ao médico, se organizavam para estar perto dos filhos sempre que a agenda lhes permitia. Eles não apresentaram no discurso nenhum tipo de diminuição nessas tarefas, embora houve apontamentos dessa natureza por parte das mulheres.

O que havia de novo no discurso masculino e na forma como se colocavam foi uma animação que chamou minha atenção. Uma animação diferente do captado em 2013 e 2018. É difícil descrever algo tão sutil, captado qualitativamente, sem cair no exagero apenas para apontar o traço observado. Por isso vou me ater aos pontos claros e consistentes dos relatórios: a) a leve mudança nas imagens escolhidas nas projetivas pelos homens – anteriormente descrita; b) a irritabilidade das mulheres em relação ao homem; c) a diminuição na crença da possibilidade da existência de relacionamento romântico-companheiro de fato equitativo por parte das mulheres; e d) o discurso mais autocentrado do homem; estes foram apontamentos que me levaram a entender que o Homem Sensível poderia estar diferente ou ter se desdobrado.

É importante ressaltar que, dentro do tipo Homem Sensível, havia homens que continuavam correspondendo às características originais que geraram a criação essa denominação. Esses homens mostravam-se plenamente no esforço de construir uma relação romântico-companheira de forma leal. Buscavam dar apoio às suas

companheiras, as ouvia, partilhavam sonhos e buscavam construir uma relação que fosse boa a ambos. Havia orgulho em ser assim. Em terem conseguido criar esse tipo de relacionamento. Também se autopercebiam como pais participativos e viam em si próprios personalidades importantes para a formação do caráter dos filhos no que se referia ao androcentrismo.

Ficam como hipóteses para discussão sobre a masculinidade na sociedade brasileira se o sentimento de desânimo, latente entre as companheiras de boa parte do tipo de homem que configura o Homem Sensível – desanimadas – se devia à idealização por parte destas de seu homem ser de um tipo arrojado, que vai para a frente e trabalha em prol da família-casal; ou se de fato havia uma acomodação perante a vida por parte deles – e em que consiste essa acomodação.

Também podemos pensar se essa possível passividade – caso ela se comprove – seria oriunda de uma fase de transição do tipo de masculinidade hegemônica ou do Homem Rei para um tipo que busca realmente maior equidade no relacionamento heterossexual, mas que ainda não encontrou o seu caminho de expressão.

Ou se de fato se trata de um tipo de masculinidade subordinada que contribui para a manutenção da masculinidade hegemônica.

Ou, ainda, se essa nova masculinidade tem em si a passividade, e se ela seria um dos elementos da composição do Homem Sensível. É claro que não quero dizer aqui que sensibilidade está conectada, necessariamente, com passividade. São dois aspectos distintos. Mas, no que tange a esse tipo de masculinidade, podemos supor que o entendido por passividade, oferecido pelo discurso das mulheres, pode ser uma não pressa e uma ambição mais moderada perante viver a vida.

Não se deve esquecer a menção a homens com as características de Homem Sensível que foram considerados irresponsáveis financeiramente. A análise considerou irresponsáveis financeiramente aqueles que não conseguem guardar dinheiro para gastos familiares ou para o futuro. Que usam seus ganhos para compras de objetos de prazer quase exclusivamente para si próprio. Que têm pouca tolerância – na opinião das mulheres – para empregos que consideram inadequados ou desgastantes e, nesse fluxo, ficam pouco tempo em cada emprego com, às vezes, longos períodos desempregados. Que usufruem do dinheiro ganho pela mulher sem culpa aparente, enquanto contribuem financeiramente menos para o casal apresentando pouco esforço para mudar a situação.

Considero importante explicar, neste ponto da conclusão, o porquê trago a questão financeira com relevância como um fator de atrito entre os casais e uma variável que divide o Homem Sensível. O principal motivo é que foi a queixa mais mencionada por parte das mulheres. O cansaço citado por elas esteve embasado principalmente na preocupação pela estabilidade econômica e por oferecer um futuro para os filhos com maior chance de viver bem – educação, experiências de vida. Segundo elas, tudo isso tem um preço e olhar para isso exige alguns tipos de esforços e sacrifícios.

Pela análise, pode-se concluir que os homens não se enxergam como irresponsáveis financeiramente. Em vários casos, eles admitem a mudança de empregos frequente e a dificuldade em arranjar emprego e acreditam que a situação externa seja o grande ator para isso acontecer. Eles consideram que há esforço de sua parte para buscar emprego.

Outro ponto é que há um contentamento e, até um certo orgulho, por não se autodenominarem *workaholics* – “uma pessoa que trabalha muito e acha difícil parar de trabalhar e fazer outras coisas”, segundo o dicionário Oxford *online* (WORKAHOLIC, 2022, tradução nossa). Na opinião dos homens com essas características, não serem ambiciosos lhes permite não colocar em risco o tempo familiar, o tempo com os filhos, o tempo para o lazer. Acreditam bastante na ideia de viver agora e não passar a vida trabalhando para viver depois, que, conforme alegam, era o pensamento da geração anterior.

Mulheres de companheiros considerados passivos e até daqueles considerados irresponsáveis – que colocavam em perigo o patrimônio da família ou que não assumiam responsabilidade de nenhum tipo para com a família – pareceram conformadas com essa situação.

O desânimo comentado anteriormente aparentava ser mais pela própria situação de ser mulher: como se houvesse a crença em uma sina – ter homens irresponsáveis de alguma maneira – conectada à condição da mulher. Cabe aqui, embora não seja foco desta dissertação, dizer que uma das principais conclusões do Projeto Mulheres de 2010 foi que existia a crença, entre as mulheres ouvidas, de as mulheres serem melhores do que os homens. De que cabia a elas a quase “finalização” para o homem-menino virar homem-homem. Embora muitas considerassem que o homem seria sempre menino.

Provou-se no Projeto Mulheres que frases como “por trás de todo grande homem há sempre uma grande mulher” repercutiam com grande impacto na mente e no coração das mulheres entrevistadas.

Como colocado na apresentação desta dissertação, faço parte de uma geração que nasceu e cresceu imersa no caldo cultural do androcentrismo e do machismo – sem que estes nem sequer fossem questionados. Portanto existe sempre a possibilidade de que o meu olhar analítico compartilhe com essas mulheres a expectativa de um homem atuante e resoluto.

A pesquisa desta dissertação foi abrindo possibilidades dentro de mim e questionando pontos de vista muito arraigados.

Espero contribuir para a discussão sobre os caminhos da masculinidade brasileira e proponho pensar se ainda falta um tempo cronológico – e também um tempo Kairós – para que o homem que deseje deixar o modelo cultural da masculinidade hegemônica e suas ramificações possa realmente encontrar um caminho de potência na sua expressão como homem.

Vale lembrar que a masculinidade potente, tão associada à cultura androcêntrica, também precisa ser redesenhada e redefinida. Qual e como é a potência desse homem? Sem dúvida, terá novos elementos de composição, novas formas de expressão, novos comportamentos associados. Uma nova forma de ser homem. Uma nova forma que a sociedade pactue – pelo menos na sua maioria – buscando entender o que é potência masculina.

Na maioria das mulheres e dos homens ouvidos ao longo desses dez anos de pesquisa, todos oriundos de um pensamento androcentrista, há o aspiracional de um homem ativo e resoluto. Portanto, queiram ou não, esse é um parâmetro de masculinidade que guia suas avaliações. E, mesmo rejeitando-o, há aspectos nele que podem se tornar aspiracionais ou parâmetros comparativos ou de julgamento.

Portanto, talvez a queixa das mulheres carregue essa frustração. Talvez o homem tenha encontrado um lugar de tranquilidade – que se pode ler como passividade – porque sai do papel de provedor, e/ou de macho caçador, para um local no qual pode experimentar as emoções com os filhos e a companheira, sendo acolhido enquanto se protege do mundo em transformação.

Talvez o homem, nesse espaço de aconchego, esteja tão inseguro que não tenha força para buscar um caminho de relacionamento ativo com o mundo social, especialmente nas relações de trabalho. Talvez ele precise desse tempo.

Talvez, nesse contexto, homens que buscam mulheres-mães que cuidem deles e, por que não, os banquem tenham encontrado um refúgio social no qual podem apreciar a expansão das emoções com o filho e a companheira, e se entender melhor como homens capazes de amar e expressar esses sentimentos sem culpa. E, de quebra, se divertir com seus lazeres que nem sempre lhe são castrados.

São todos caminhos possíveis, não únicos nem esgotados, na capacidade humana de se adaptar. Caminhos que o tempo mostrará e as ciências sociais acompanharão.

REFERÊNCIAS

- ABEP. *Critério Brasil de classificação econômica*. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://www.abep.org/criterio-brasil>. Acesso em: 31 out. 2022.
- BOURDIEU, P. *A dominação masculina*. 9. ed. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil Ltda., 2010.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. 1. ed. Lisboa: Edições 70, 2021a.
- BOURDIEU, P. *Sociologia geral, vol. 2: habitus e campo*. Curso no Collège de France (1982-1983). Petrópolis: Vozes, 2021b. Edição do Kindle.
- COBO, R.; RANEA TRIVIÑO, B. *Breve Diccionario de Feminismo* Madrid: Catarata, 2020. Edição do Kindle.
- CONNELL, R. *Gender and power*. Cambridge, UK: Polity Press in association with Basil Blackwell, 1987.
- CONNELL, R.; MESSERSCHMIDT, J. W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. *Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 241-282, jan./abr. 2013.
- FONTOURA, N.; REZENDE, M. T.; MOSTAFA, J.; LOBATO, A. *Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça: 1995 a 2015*. Brasília: IPEA, 2017.
- GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.
- GIDDENS, A. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2002. E-book.
- IBGE. *Indicadores sociais municipais: uma análise dos resultados do universo do Censo Demográfico 2010*. Rio de Janeiro: IBGE, 2011.
- IBGE. *Cidades@*. Brasília, DF, Brasil, 2022a. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 11 set. 2022.
- IBGE. *Sinopse do Censo Demográfico 2010: Brasil*. 2022b. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/censo2010>. Acesso em: 18 set. 2022.
- IPEA; ONU MULHERES; SPM; SEPPIR. *Retrato das desigualdades de gênero e racial*. 4. ed. Brasília: IPEA, 2011.
- KEHL, M. R. *Deslocamentos do feminino: a mulher freudiana na passagem para a modernidade*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- LERNER, G. *A criação do patriarcado*. Tradução: Luiza Sellera. São Paulo: Editora Cultrix, 2019. Edição do Kindle.
- MIRA, M. C. *O leitor e a banca de revista*. São Paulo: Olho d'Água, 2003.

MORENO, A. Androcentrismo. *In*: COBO, R.; RANEA TRIVIÑO, B. (ed.). *Breve Dicionário de Feminismo*. Madrid: Catarata, 2020.

SABOIA, A.; COBO, B.; GONÇALVES MATOS, G. *Desafios e possibilidades da investigação sobre os novos arranjos familiares e a metodologia para identificação de família no censo 2010*. Rio de Janeiro: IBGE, Coordenação de População e Indicadores Sociais, 2012.

SOCIOLOGISTS FOR WOMEN IN SOCIETY. *Gender & Society*, 2022. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/home/GAS>. Acesso em: 5 out. 2022.

SIMON, E. Machismo. *In*: COBO, R.; RANEA TRIVIÑO, B. (ed.). *Breve Dicionário de Feminismo*. Madrid: Catarata, 2020.

WEBER, M. *Ciência e política: duas vocações*. São Paulo: Cultrix, 2011. Edição do Kindle.

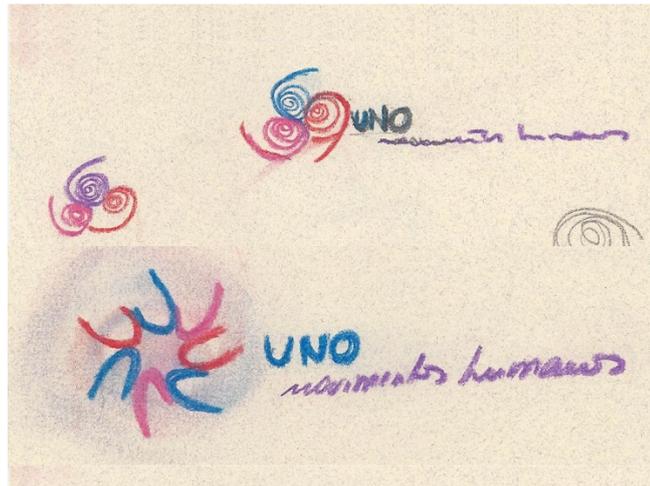
WEBER, M. *Economia e sociedade*. Tradução: Artur Morão, Teresa e Marian Toldy. 1. ed. Lisboa: Edições 70, 2022. Edição do Kindle.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *In*: SILVA, T. (org.). *Identidade e diferença*. Petrópolis: Vozes, 2000.

WORKAHOLIC. *In*: OXFORD Advanced Learner's Dictionary. Oxford: Oxford University Press, 2022. Disponível em: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/workaholic?q=workaholic>. Acesso em: 28 out. 2022.

APÊNDICE A – Logomarcas dos projetos

Figura 1 – Logomarca criada para o Projeto Uno



Fonte: Elaboração própria (2013).

Figura 2 – Logomarca criada para o Projeto Mulheres



Fonte: Elaboração própria (2010).

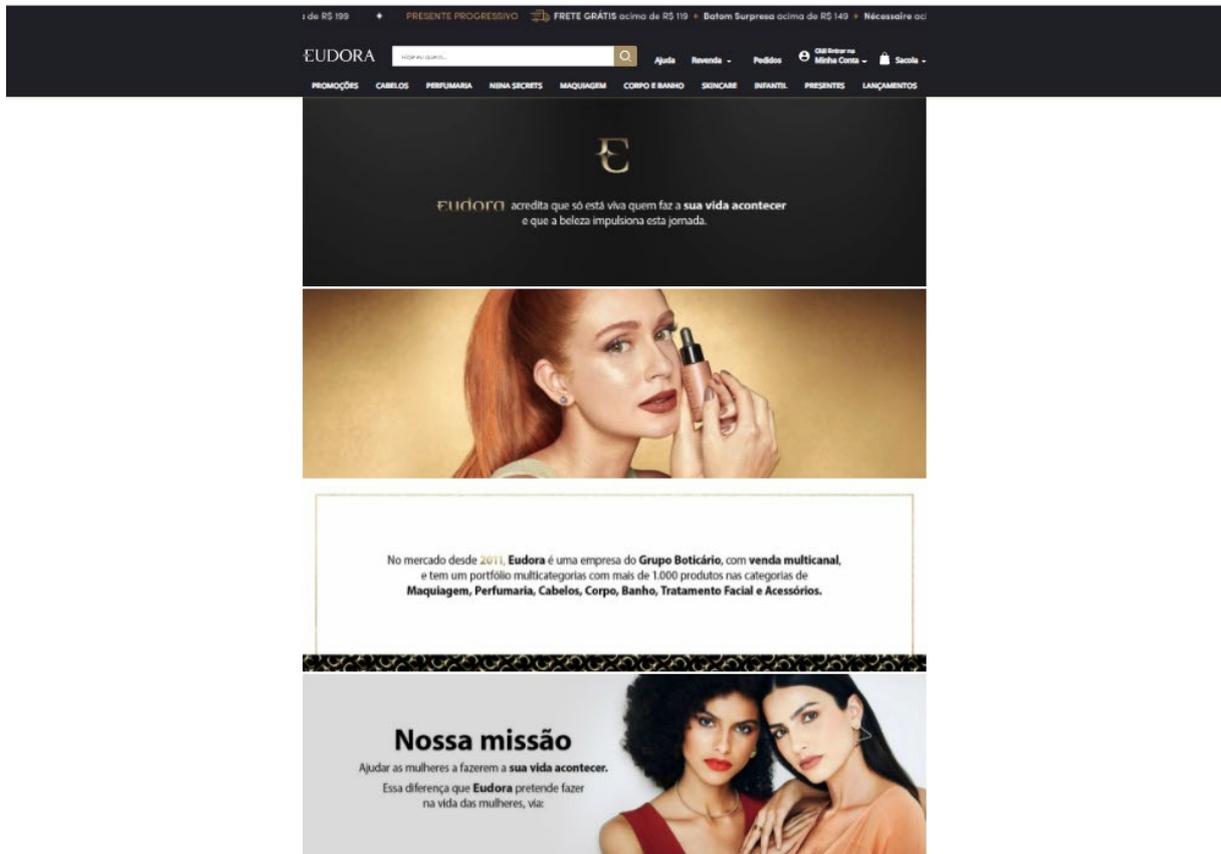
Figura 3 – Logomarca do Projeto Homens



Fonte: Elaboração própria (2011).

ANEXO A – Posicionamento da marca Eudora

Figura 1 – Site da marca Eudora



Fonte: Site da marca (2021).

ANEXO B – Imagens Projeto Homens 2011 – mais escolhidas

Escolhidas 26 vezes numa amostra de 45 homens



Escolhida 24 vezes numa amostra de 45 homens



Escolhidas 23 vezes numa amostra de 45 homens





Escolhidas 21 vezes numa amostra de 45 homens



Escolhidas 20 vezes numa amostra de 45 homens



Escolhidas 15 vezes numa amostra de 45 homens



Fonte: As imagens aqui apresentadas foram coletadas do banco de imagens Getty Images para uso interno da behavior e pertencem ao Material behavior de Projetivas.