
FALCONNET, G. & LEFFAUCHEUR, N. – *La fabrication des mâles*. Paris, Ed. du Sueil, 1975. 207p.

Este livro aparece em 1975, num momento em que a sociedade ocidental capitalista é questionada não só na esfera das instituições globais como também na vida cotidiana dos indivíduos. É o questionamento através das relações afetivo-sexuais entre o homem e a mulher, pelos movimentos feministas.

A preocupação fundamental da *Fabricação dos machos* é saber como se passa o processo da liberação feminina, como o homem se sente diante deste questionamento; como eles estão se colocando no dia-a-dia com suas parceiras no lar, no trabalho, etc., bem como em suas relações com seus iguais.

Como fonte de pesquisa os autores usam a publicidade de um modo geral, histórias em quadrinhos, bem como entrevistam 32 homens em diferentes faixas etárias e classes sociais.

Os autores começam a pesquisa com o levantamento dos traços característicos do macho, que são definidos por oposição aos do comportamento da mulher: enérgico, lógico, aventureiro, forte fisicamente, moralmente e sexualmente, enquanto a mulher é doce, terna, intuitiva, medrosa, etc.

Estas qualidades masculinas e femininas são permanentemente reforçadas pela publicidade de produtos os mais variados possíveis, com uma diferença, em relação à publicidade masculina, isto é, dirigida ao público masculino, o homem é pressionado constantemente para provar sua virilidade, o que, segundo os autores, não acontece com as mulheres em relação à sua feminilidade. Mas me pergunto por que a publicidade, pelo menos aqui no Brasil, vem insistindo há mais de uma década sobre a necessidade da mulher usar camisolas femininas, cigarros que têm charme, desodorante com fragância feminina, sobretudo porque o consumidor de desodorantes, até há alguns anos atrás, era basicamente a mulher.

O verdadeiro homem busca o poder sobre a natureza, sobre os outros homens, bem como tem um grande poder de sedução sobre as mulheres (graças às suas qualidades pessoais), que caem perdidamente em seus braços. A verdadeira mulher, por outro lado, também é sedutora, mas seu poder de sedução está mais ligado ao corpo, ela vive a expectativa do Grande Amor, do Príncipe Encantado que será seu eterno companheiro. E para os autores, o modelo do Grande Sedutor atravessa todas as classes, mas a realidade cotidiana limita esta possibilidade do modelo de homem da classe dominante para a maioria deles, restando-lhes o espaço familiar onde eles podem ser chefes e

* Departamento de Sociologia – Faculdade de Ciências e Letras – UNESP – 14800 – Araraquara – SP.

conseqüentemente terem todas as vantagens que este cargo lhes oferece: dupla moral, domínio social e sexual sobre a mulher, etc.

Deste modo, a ideologia masculina vai se organizando em torno de três valores com os quais os homens se identificam e que são: a potência, o poder e a posse. Subjacente a estes três valores, existe o conceito de virilidade baseado numa concepção biológica do homem fundamentando sua superioridade sobre a mulher.

Georges Falconnet e Nadine Leffauceur dizem que estas qualidades pretensamente naturais do macho são as mesmas exigidas para se vencer na vida num sistema capitalista fundado na competição; ou seja, a sociedade capitalista projeta seu modo de ser na natureza, isto é, a competição, a dominação do mais forte sobre o mais fraco, justificando essa desigualdade social e concorrência. E diante desta “violência natural”, se faz mister a existência de chefes que dominem a “natureza”, que manejem as armas e tenham poder de decisão e controle sobre esta ordem caótica. Estes traços fazem parte, portanto, de uma temática imperialista onde a burguesia apresenta-os de uma forma naturalizada.

Os autores vêem a relação de poder entre homem e mulher numa verticalidade: não existem mediações, nem tampouco respostas mais complexas da mulher neste relacionamento. O homem é o Grande Sedutor, Ativo, Todo Generoso, enquanto a mulher é a passiva, a seduzida, etc. E a relação sexo/classe se torna simples reflexo da relação burguesia/proletariado, colonizador/colonizado.

Na segunda parte deste livro, os autores vão reconstruir, do ponto de vista da ideologia masculina, a imagem da verdadeira mulher. E assim como existe o eterno masculino, seu oposto também é verdadeiro: o eterno feminino, circunscrito no espaço privado. Aqui eles mostram o que significam, por exemplo, a feminilidade para o homem, o jogo amoroso, o casamento, a família com todos os valores que dizem respeito a estas instituições, tais como a fidelidade e a monogamia para a mulher, o ciúme e a poligamia para o homem: ou seja, a dupla moral.

Para o homem, faz parte da feminilidade o “jogo por baixo dos panos” no lar. No entanto, o que os incomoda é o enfrentamento. Para os autores, a feminilidade definida pelos homens engloba tudo o que eles gostam de encontrar numa mulher, em dose variável, evidentemente (p. 77).

Mas me pergunto se a masculinidade definida pelas mulheres não significa, também, toda uma série de valores e expectativas em relação ao comportamento do homem.

Em relação ao Amor, a pesquisa afirma que ele é fundamental para a mulher, enquanto para o homem o amor “é uma situação em que ele é amado, que lhe oferece segurança afetiva e anatece-lhe as qualidades de sedutor e de homem amável” (p. 94).

Para os pesquisadores, encontra-se mudança em relação ao comportamento do homem no que se refere à renúncia em assumir este papel de macho. E isto acontece com alguns homens que tiveram uma infância desprovida de afeto, uma ruptura brusca em sua posição social, etc. Mas será que o sofrimento “purifica” (ideologia cristã) mesmo os homens? Se assim fosse, a maioria dos relacionamentos entre homens e mulheres seria uma maravilha!

E assim, esta forma de amor vivida pelos entrevistados “não passa de uma mistificação que mascara a natureza e a realidade dos condicionamentos impostos aos indivíduos para que eles não organizem sua vida privada fora do casamento ou do casal estável” (p. 95). É a interiorização, pelos entrevistados, do modelo de felicidade pequeno-burguês: dupla moral, impossibilidade de sequer imaginar ter relações sentimentais como várias mulheres ao mesmo tempo, etc.

Por último, os autores mostram como se passa o processo de socialização do homem veiculado pela ideologia masculina em sua formação e reprodução, através das várias instituições. Vale dizer, que em seu processo de socialização as crianças são cercadas por todos os lados: seja na família, através da divisão tradicional dos papéis sexuais, seja na escolha de brinquedos, ou na escola, veiculando valores viris, reprimindo-os sexualmente e perpetuando a exploração de classe e de sexo; seja através de grupo de pares onde a ideologia do chefe e da competição se faz presentes no companheirismo masculino e onde estes valores continuam sendo cultuados e sancionada a verdadeira imagem do homem; ou ainda no serviço militar, “uma consagração à sua educação masculina, iniciando-os na vida de homem” (p. 167); ou no esporte, onde o culto da virilidade, segundo os autores, aparece como uma compensação a seus desejos frustrados de ascensão social, mascarando as relações de classe e desenvolvendo uma ideologia chauvinista-racista-nacionalista, própria do sistema capitalista. E mais: toda esta interiorização passa pela repressão sexual, em que as meninas dirigem sua sexualidade para os papéis de fiel esposa e mãe virtuosa, enquanto para os meninos seu sexo significa poder, mas um poder definido pelas regras do jogo da sociedade capitalista, ou seja, uma compensação à dura realidade cotidiana dos indivíduos, sobretudo em se tratando daqueles pertencentes às camadas onde o poder aquisitivo é menor. Mas, deste ponto de vista economicista, como explicar, por exemplo, o machismo na alta classe média, ou também na burguesia?

Mas a meu ver, os autores não chegam à radicalidade que pretendem no questionamento dos valores machistas, pois ao mesmo tempo em que criticam a imposição de super-heróis na mídia, para a identificação masculina reivindicam este mesmo modelo, ou seja, o da herofna para a mulher (ver discussão sobre estereótipos masculino e feminino nas histórias em quadrinhos (p. 176,178,179,184).

Finalizando, os autores chamam a atenção para a necessidade de se fazer um crítica revolucionária à ideologia reinante “pois a exclusividade sexual, a fidelidade, o casal, só podem existir desde que constituam opções temporárias, repousando no prazer. Deve-se procurar soluções outras que o modelo familiar, nocivo à sexualidade e à afetividade dos indivíduos. E isto deve ser feito, isto é, procurado imediatamente”.