

## ESTEREÓTIPOS SEXUAIS-INTERFERÊNCIAS NA IDENTIDADE E NA SEXUALIDADE

*Yeda Portela<sup>1</sup>*  
*Maria do Carmo Andrade-Silva<sup>2</sup>*

Define-se estereótipo como uma opinião formada, que se impõe como clichê aos membros de uma coletividade. E, estereotipia, como a tendência a manter atitude idêntica, ou a repetir as mesmas idéias, ou as mesmas palavras, sendo considerado um fenômeno psicossocial, que tem o papel de substituir a presumida realidade objetiva mediante a percepção que se tem dela. Através das tipificações daí advindas, se constituem normas de condutas exigidas e esperadas como adequadas.

131

No que se refere às estereotipias de gênero, estas manifestam-se através dos papéis sociais e sexuais específicos esperados para cada sexo.

Os papéis de gênero não devem ser confundidos com a identidade de gênero (conceito mais amplo e que se caracteriza por um sentimento subjetivo da forma como alguém se percebe homem ou mulher). Porém, em uma sociedade dicotômica como a nossa, no que se refere à masculinidade e à feminilidade, os papéis de gênero constituem parte da identidade pessoal e interferem em nosso sentimento de adequação ou inadequação, enquanto seres sociais.

---

<sup>1</sup> *Mestranda em Sexologia da UGF; E-mail: JOESCLAU@aol.com*

<sup>2</sup> *Psicóloga, Mestre em Psicologia e Livre-Docente em Sexualidade Humana; Coordenadora e Professora do Curso de Mestrado em Sexologia Universidade Gama Filho. Endereço para correspondência : Mestrado em Sexologia da UGF, Rua Manoel Vitorino, 553 - Prédio AR, 5º andar, Piedade, CEP: 21740-900 - Rio de Janeiro, e-mail: messer@ugf.br*

A identidade sexual ou de gênero tem, nos genitais externos, seu ponto inicial de diferenciação. A supervalorização do pênis pode ser observada através da simples frase – meninos têm pênis, meninas não. Nos meninos, a presença de algo, um pênis, portanto, uma existência real neles, determinará a diferença entre os sexos deles. Assim, o reconhecimento na menina se faz pela ausência, pela negação e não pela existência da vulva.

A partir do pênis, o menino será registrado como sendo do sexo masculino e deverá ser criado seguindo normatizações sócio- culturais específicas para seu sexo, onde o foco sobre o pênis e sua importância, para o mundo dos homens, será uma constante sublinhada a cada passo de desenvolvimento. Processo que pretende levar o menino a ser reconhecido e reconhecer-se como um ser masculino.

A estruturação das regras de papéis de gênero tem início nas relações parentais e se fundamentam em uma educação afetiva e delicada para o feminino e forte e sexuada para o masculino. Momento em que as identificações parentais, através dos vínculos emocionais aí estruturados, serão fatores significantes na constituição da base deste processo.

Posteriormente, por socialização mais ampla, novas identificações serão assimiladas através dos relacionamentos com grupos de iguais, mídia, literatura e outros significantes, ao curso da dicotomia de papéis de gênero.

Em nosso cotidiano atual, já não necessitamos, como nossos ancestrais, de força física ou embates pessoais, porém, elas foram transformadas e diretamente transportadas para outras lutas. As características masculinas encontram eco nos campeonatos e disputas esportivas, que chegam, no grupo de adolescentes, a atingir disputas do tipo “ quem ejacula mais rápido e/ou mais longe”, “quem ganhou mais meninas”, “quem é mais forte”. Chegando ao mundo do adulto, elas são transformadas em: quem conquista melhores postos profissionais, quem tem melhor carro, quem ganha melhores mulheres, quem tem mais posses ou a maior conta bancária.

Essa ideologia tem impacto na publicidade. Ser homem é ser viril, ser másculo. Use este produto porque é um produto de homem, um produto másculo, um produto viril. A virilidade, neste sentido, não precisa ser definida a cada propaganda, pois já está implícito o seu significado: odor viril, elegância viril, calça de homem, cueca para macho...

A potência de um homem mede-se por competição e comparação. Assim, os homens medem tudo, se medem, se comparam, e a publicidade explora estas idéias para vender carro e motos possantes, se utilizam de animais ágeis e apresentam os homens atingindo seus objetivos: a caça. Bem como a publicidade explora também a idéia de que ser viril, em termos sexuais, significa “dar prazer”, “satisfazer” (ou assim imaginar), ter o maior número de mulheres que puder e com elas se relacionar sexualmente, admirar mulheres, e “comê-las e bebê-las”. Para tais associações, utilizam-se de comerciais de vários produtos com mulheres semi-nuas: cerveja, carro, pneu, cigarro, amendoim, aparelho de barba, gel para contusão, remédio para dor de cabeça, etc.

Esta ideologia viril sustenta, ao longo da história, o comportamento do homem. Esta eterna busca de poder, entretanto, também tem um ônus, que está no nível subliminar: a real impossibilidade de adquirir todos os produtos associados à virilidade e a impossibilidade de estar sempre sustentando o estereótipo machista, que desenvolve o sentimento de impotência e, como consequência, o sentimento de frustração.

Homens e mulheres trazem uma série de predisposições genéticas e constitucionais a serem desenvolvidas. E o meio social trabalha moldando-os, podando-os, ou estimulando-os, em função das tradicionais regras de papéis de gênero e suas múltiplas crendices, não levando em consideração a pessoa e suas reais potencialidades. Meninos que não gostem de jogos e brinquedos agressivos e violentos precisam ser enquadrados. Precisam ser empurrados para tais atividades. Precisam aprender a ser homens. No entanto, ao se demonstrar constantemente, a uma criança, que ela não atende às expectativas nela depositadas,

pode-se estar contribuindo para o desenvolvimento de um sentimento de inadequação, que se transforma em angústia, desvalia e insegurança quanto ao sentimento de masculinidade e de seu próprio Eu, pois as identidades pessoal e sexual têm relações de interdependência dinâmicas.

Dentre as estereotípias exigidas do homem (forte, potente, provedor), encontra-se a que tem, por correspondência direta, o seu trabalho. No que se refere ao homem, o trabalho tem uma importância fundamental, como base de sua identidade. Com o trabalho, o homem pode exercer a sua função psicossocial de provedor, mantenedor de si próprio e da família, bem como de reproduzir os valores patriarcais – fruto de sua cultura – alimentar as disputas e os jogos de poder.

Através do trabalho, o homem pode exercer a sua função primária, obtendo o reconhecimento social, porém sofrendo a opressão que se situa na impossibilidade de fracassar. Na cultura vigente, um homem sem trabalho é um homem sem destino. O desemprego, conseqüentemente, leva o homem a perder o seu referencial de identidade, entrando em contato com sentimentos de desvalorização e de angústia. Neste sentido, o homem busca filiar-se a atividades laborais para a busca de afirmação, prestígio e reconhecimento, enfim manter o status quo, exigência básica social. Para se sustentar nessa condição, os homens são submetidos a níveis de exigência e tensão muitas vezes sobre-humanos e passam, com o cotidiano, a acreditar que esta força constante sobre a estrutura pessoal é inerente ao estilo de vida do homem que trabalha, tendendo a canalizar esta tensão em expressões agressivas e violentas em outras esferas de suas vidas.

O trabalho, bem como o desempenho sexual, funcionam como principais referências para a construção do modelo de comportamento dos homens. Há uma tendência de que estas duas instâncias tenham relação direta, pois quando o homem se sente mantendo o status e cumprindo o seu papel de protetor e mantenedor, tende a se sentir seguro e em harmonia com o seu desempenho sexual. Em contrapartida, a sexualidade

masculina pode se tornar problemática, como consequência do desemprego, quando toda a sua existência é posta em crise.

Dos homens, na maioria das sociedades, referendou-se a exigência de força, coragem, lutas e conquistas, residindo nelas todo o seu poder. Sendo, o pênis, seu representante direto, todas as exigências feitas ao homem, como um todo, são repassadas à ele (pênis), especialmente na parte que lhe toca. Sempre dentro da máxima masculina de que quanto mais, melhor.

Dentro dessa política de mais, maior e melhor o tamanho do pênis, a rigidez e o tempo de duração do processo erétil, assim como a frequência das relações sexuais, o número de relações durante um encontro sexual, a quantidade de orgasmos e o cansaço que deram na mulher, são uma constante cobrança de desempenho sexual masculino. Essa perseguição de "competência", associada ao pênis e sua funcionalidade, constitui um verdadeiro tormento, que muitas vezes persegue os homens desde ainda meninos, causando-lhes sérios estragos à construção da auto-imagem e segurança pessoal.

Ainda hoje, alguns estereótipos compõem o imaginário masculino, no que se refere à atividade sexual. E alguns ainda apresentam-se constantes nos homens, interferindo de forma significativa em seus encontros afetivo-sexuais.

As crenças de que: - A sexualidade masculina não precisa ser aprendida (um homem não tem dúvidas sobre sexo, eles apenas fazem sexo), - Homens não devem ter ou expressar certos sentimentos (como medo, vulnerabilidade, ternura, pois são tipicamente femininos), - Em sexo, como um tudo mais, a performance é o que vale (a tríade ereção, penetração e ejaculação, a meta, independe do "sacrifício" para realizá-las), - Ao homem é exigido ser o "professor", o "responsável" pela atividade sexual, - O homem sempre deseja e deve estar disposto ao sexo (independente do momento, da parceira e ou de seus próprios

sentimentos), - Todo o contato físico deve levar a sexo (todo carinho físico, para muitos, denota a obrigação de continuar até sexo), - Sexo é sinônimo de coito (sexo mesmo só se houver penetração, o resto é brincadeira), - Sexo requer ereção - O tamanho do pênis influi no prazer - O sexo só é bom quando termina em orgasmo e através de penetração, - e que Sexo deve ser natural, espontâneo (não precisa conversar sobre isso), - muitas vezes, trabalham potencializando problemas nas relações de casais.

Como crenças, atitudes e valores não são condições facilmente alteráveis, são padrões internalizados desde o início do processo de desenvolvimento psicológico e que, quanto mais profundos ou primitivos, mais enraizados e, portanto, mais difíceis de serem modificados, essas e outras crenças irreais em relação ao desejo, excitação, ereção, tamanho do pênis e ejaculação, constituem-se, muitas vezes, em uma fantasia de "superpotências sexuais", que transformam o homem em máquina sexual, independentemente de seus sentimentos ou motivações. Desumanizados, ficam em segundo plano diante das exigências relativas a seu próprio desempenho. Atingir o modelo ideal de funcionamento sexual, portanto, vai se distanciando, quanto maior a incidência de cobranças e exigências, levando os homens a constantes sentimentos de frustração, incompetência, inferiorização, ansiedade e, por conseguinte, falhas na atividade sexual.

A predisposição para que tais crenças interfiram no desenvolvimento de uma somatização, e que esta se transforme em disfunção sexual, tem relação direta com a estrutura física e psíquica de cada um, que trabalha diferenciando, com maior ou menor susceptibilidade em se tornar, ou não, presa fácil de um mundo repleto de exigências e pressões em relação ao comportamento sexual masculino.