

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS (MESTRADO E DOUTORADO)

RAFAEL DE SOUZA BENTO FERNANDES

PRÁTICAS DISCURSIVO-MIDIÁTICAS SOBRE A CORPORALIDADE NA
CONSTRUÇÃO DO “HOMEM HOMEM”: REGIMES DE NORMALIZAÇÃO E DE
EXCLUSÃO

MARINGÁ-PR
2019

RAFAEL DE SOUZA BENTO FERNANDES

**PRÁTICAS DISCURSIVO-MIDIÁTICAS SOBRE A CORPORALIDADE NA
CONSTRUÇÃO DO “HOMEM HOMEM”: REGIMES DE NORMALIZAÇÃO E DE
EXCLUSÃO**

Tese apresentada à Universidade
Estadual de Maringá, como
requisito parcial para a obtenção
do grau de Doutor em Letras, área
de concentração: Estudos
Linguísticos

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Ismara
Eliane Vidal de Souza Tasso

MARINGÁ-PR
2019

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

F363p

Fernandes, Rafael de Souza Bento

Práticas discurso-midiáticas sobre corporalidade na construção do "homem homem": regimes de normalização e de exclusão. / Rafael de Souza Bento Fernandes.— Maringá, 2019.

229 p.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Ismara Eliane Vidal de Souza Tasso

Tese (Doutorado) – Universidade Estadual de Maringá.
Programa de Pós-Graduação em Educação

1. Análise do discurso. I. Tasso, Ismara E. Vidal de Souza II. Universidade Estadual de Maringá. III. Título.

CDD 20.ed. 401.41
CIP-NBR 12899

Ficha catalográfica elaborada por Helena Soterio Bejio – CRB 9^a/965

RAFAEL DE SOUZA BENTO FERNANDES

**PRÁTICAS DISCURSIVO-MIDIÁTICAS SOBRE A CORPORALIDADE NA
CONSTRUÇÃO DO “HOMEM HOMEM”: REGIMES DE NORMALIZAÇÃO E DE
EXCLUSÃO**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras (Doutorado), da Universidade Estadual de Maringá, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Letras, área de concentração: **Estudos Linguísticos**

Aprovada em **19 de março de 2019**

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Ismara Eliane Vidal de Souza Tasso
(Presidente - orientadora de tese - UEM/PLE)

Prof^a. Dr^a. Roselene de Fátima Coito
(Membro do Corpo Docente - UEM/PLE)

Prof^a. Dr^a. Érica Danielle Silva
(Membro do Corpo Docente - UEM/PLE)

Prof^a. Dr^a. Maria Cleci Venturini
(Membro Convidado - UNICENTRO/Guarapuava-PR)

Prof. Dr. Alexandre Sebastião Ferrari Soares
(Membro Convidado - UNIOESTE/Cascavel-PR)

*Ao meu avó Francisco Alves de Souza (in memoriam),
cuja força das palavras ressoa em mim*

AGRADECIMENTOS

Agora são 4h03 da manhã. É dia 25 de janeiro. O café já acabou. Em fevereiro, retornam as aulas. Eu me certifiquei de que, antes da escrita dos agradecimentos, eu tivesse feito a vigésima correção do texto, isto é, me certificado das notas de rodapés, acertado o número das figuras, conferido as referências e os pontos finais na citação longa. Enfim: eu relutei até o último momento para escrever a seção.

Não é porque eu não a considere importante. Longe disso: foram dez anos da graduação até o final do doutorado, é muito fácil cometer injustiças e apagar pessoas importantes que passaram pelo meu caminho e, de forma ou outra, me ajudaram. A análise do discurso nos ensina que a incompletude constitui o sujeito, contudo, ainda assim, é uma luta imensa tentar não sê-lo.

Falar que são dez anos, no entanto, é injustiça. O mundo das Letras esteve presente comigo desde a infância. Minha mãe, Lucimara de Souza, professora, corrigia provas e preparava aulas em uma mesa longa de madeira que ficava na sala. Eu ficava lá. Folhando os livros e, conforme Paulo Freire, aprendendo a ver o mundo pela magia das palavras. As palavras dos livros, as palavras dela. Nessas “reuniões” é que eu conheci Fernando Pessoa, de quem eu decorei a primeira poesia da vida. O livro verde do Dom Quixote, edição comemorativa da Abril, eu não li quando criança, mas ele me encantava pela quantidade de páginas, pela imponência da capa.

Minha mãe foi, portanto, minha primeira professora. E é continuamente alguém com quem eu aprendo todos os dias teorias novas, palavras novas, leituras novas. A busca pelo conhecimento é o que mais eu admiro. Ela é uma pessoa inconformada com as imposições do tempo e do lugar onde vive. Assim, a posição de professora de escola pequena no interior do oeste do Paraná (década de 90, bom lembrar!), nunca a satisfaz. A sede imensa por conhecer os lugares; o tempo que ela dispende nos museus; a procura por ouvir o outro e apreender deles as histórias (que ela coleciona) está entranhado também em mim.

“Entranhado” é uma metáfora forte para designar como, ao longo da carreira (quicá da vida), a gente incorpora coisas que são dos outros, que a gente, por algum motivo, admira. Foi a admiração que me conduziu à minha orientadora Ismara Tasso. Quando da inscrição, eu lembro de buscar nomes e as linhas de pesquisa na página do programa. Fiquei completamente fascinado pela escrita impecável da professora. E a palavra uniu nossos caminhos.

Foi uma abertura singular para aprendizagem. Aprendizagem com o rigor de quem explora a fundo o que tem de melhor do aluno. Aprendizagem também com o carinho de quem chama para um café com bolo em casa. Esse conceito, noção ou termo é também o que define os estudos na UEM: aprendizagem, com os professores cujas disciplinas eu cursei. Em especial, a professora Roselene de Fátima Coito - a pessoa que me apresentou a AD, por quem nutro um carinho enorme - e o professor Pedro Navarro – dono de uma calma e tranquilidade para tratar tópicos complexos de Foucault que me encantaram.

As reuniões de grupo de pesquisa foram um importante espaço para desenvolvimento da pesquisa. O GEDUEM/CNPq me deu a oportunidade de falar, de debater, de ser ouvido, de aparar as arestas. Foi o lugar em que, literalmente, encontrei o problema que me conduziu na investigação. Agradeço, especialmente, à professora Érica Danielle Silva pelas preciosas e pontuais observações do texto.

Na UNIOESTE, tive excelentes mestres. Cito meu orientador de mestrado, João Cattelan, e meu professor de Leituras sobre o Sujeito na AD Francesa, Alexandre Ferrari, pessoas cuja precisão e conhecimento em Pêcheux são, para mim, a referência. Difícil não falar de grande inspiração docente, a professora Clarice Lottermann. Ainda me arrepio lembrando de suas aulas e de como ela me transformava numa criança ansiosa para ouvir histórias (a mesma criança do livro de capa verde bonita). Outros grandes exemplos, as professoras Rita Bottega, Clarice Braatz e Mirian Schröder, cuja forma de conduzir as aulas muito vejo em minha própria atuação profissional.

Ainda no âmbito dos estudos acadêmicos, a professora Ismara também foi a ponte para o estágio sanduíche na Universidade de Coimbra. O nome do programa é curioso. Faz sentido quando se explica a lógica do recheio. Ainda assim, no posto de entrada no aeroporto, quando disse que iria fazer um sanduíche na UC, a atendente ficou bem confusa.

Experiência mais enriquecedora do que os seis meses que estive em Portugal não há! Meu professor co-orientador e supervisor de estudos, Dr. Joaquim Braga, apresentou um universo novo de conceitos, teorias e problemas que eu sequer havia cogitada a existência. Ele dizia sempre que “Para fazer Filosofia, você tem que brigar com a Filosofia”. Esse ideal não conformista com a pesquisa é algo levarei comigo. Está entranhado em mim. Agradeço profundamente ao professor, que me

acompanhou em reuniões semanais, indicou leituras e preparou um seminário pensando nas especificidades do meu estudo sobre virilidade (tema dos últimos encontros). Corporeidade, tecnologia, medialidade e importação somática são elementos que acrescentam profundidade à investigação. Estendo meus agradecimentos à Universidade de Coimbra e, em especial, à senhora Olga Canas, da central de Lusofonia, cujo tratamento ao aluno estrangeiro é, sem exagero algum, excelente!

Difícil não ficar completamente encantado com a cidade de Coimbra. Os cafés, o fado, as raízes profundas que tanto lembram de casa. Portugal me trouxe vários presentes. Dentre os quais, algumas pessoas incríveis: a professora Maria Cleci Venturini, a professora Sueli Godoi, os meus amigos (que estavam no mesmo barco-sanduíche) Ana Cavalcanti, Ana Maccari e Paulo Malafaia. É difícil expressar a saudade que eu tenho desse momento da vida e de conversar com a malta.

Os amigos, aliás, fazem toda a diferença. O doutorado me legou os melhores. Vou pôr em ordem alfabética para não ter discussão: a Adriana Polato, a Claudinéia Valim, o Enísio Cuamba, a Fátima Sena, a Fernanda Pereira, o Francisco Vieira, a Luana Vitoriano-Gonçalves e a Tacia Rocha. Cada um, a sua maneira, tornou esse percurso ainda mais proveitoso - menos difícil também, é verdade! Com a Lu mantivemos o combinado de que as manhãs servem para conversar frivolidades. De tarde, no entanto, academicismos estão liberados. Incentivados, talvez.

A Maglaine *Priscila Zoz* e a Jéssica Fernanda *Jacinto* de Oliveira são as amigas dos cafés, das caipirinhas, do deboche e dos memes. Eu caí feio em Portugal, saí rolando e meti os dois joelhos no chão. As ruas lá são extremamente íngremes e eu achei que seria uma boa ideia apressar o passo pra chegar logo em casa. Quando contei a história, ouvi dez minutos de risada. Esse é o tipo de amizade com essas palhaças. Esse é o tipo de coisa que faz tudo ficar bem.

O Luís Jacques e a Luana de Oliveira são os amigos com os quais vale o imperativo da política. O casal me inspira pela inteligência e pelo compromisso social. Eu os agradeço também por despertarem coisas boas em mim!

Agradeço à minha irmã mais velha, cúmplice no crime, Juliana de Souza Fernandes Rossi pela ajuda e provocação mútua! Com ela, a trupe dos sobrinhos: Gata, Zé e Olívia e também dos irmãos pequenos (mas nem tanto), Tainá e Nathan.

Termino esse texto com receio imenso de que, certamente, muitos ficaram de fora, injustiçados. A professora do fundamental que tinha paciência para responder minhas perguntas, os colegas com os quais já perdi o contato, a galera do RPG... A incompletude nos consome.

Agora são 6h00 da manhã. Faz bastante calor e eu fiz mais uma garrafa de café. Os pássaros já infernizam, anunciando a manhã; anunciando que esse ciclo (essa noite) se encerra. Que venham os próximos!

HomemModerno.com
apresenta:

Old Spice
— O DESODORANTE DO —
HOMEM
HOMEM

#ATENDAAOCHAMADO

Disponível em: <<https://www.linkedin.com/pulse/brazilian-beauty-brands-still-dont-see-black-people-target-santos>>. Acesso em 25 out. 2017

FERNANDES, Rafael de Souza Bento. Práticas discursivo-midiáticas sobre a corporalidade na construção do “homem Homem”: regimes de normalização e de exclusão. **Tese** (Doutorado em Letras) – Universidade Estadual de Maringá, 2019.

RESUMO

“Homem HOMEM” é o modo como a marca de desodorantes *Old Spice* (P&G, 2014) define seus clientes, “machos” à moda antiga. A pesquisa, ao tomar de empréstimo essa designação, trata das práticas discursivo-midiáticas relativas à (re)construção do sujeito viril tendo como *corpora* campanhas publicitárias e *posts* de mídias digitais que tematizam o papel da centralidade masculina. A problematização que conduz o presente estudo é: tendo em vista que a ordem do discurso vigente pressupõe a equidade dos gêneros, por que, em práticas discursivo-midiáticas brasileiras contemporâneas, irrompem “antigas” verdades sobre o homem viril, “naturalmente” dominador? Justificamos a pertinência deste estudo pela necessidade de se trazer continuamente ao âmbito da pesquisa científica reflexões sobre os sistemas de exclusão que instituem condutas modelares de sujeitos. Esperamos que esses debates se concretizem em ações que possam amenizar efeitos de práticas discriminatórias, as quais, paulatinamente, devem ser esvaziadas. À luz da análise do discurso de orientação francesa, em especial da teoria foucaultiana, objetivamos compreender o modo como se constitui a subjetivação nas práticas discursivo-midiáticas sobre a corporalidade na construção do “homem Homem”. Para tanto, em um primeiro momento, procedemos discussão teórica sobre a análise linguística e o enunciado em Foucault (2008). Em um segundo momento, discutimos o paradigma da medialidade, da importação somática e dos sentidos de corporeidade no que toca à questão das mídias digitais (BRAGA 2016; 2017). Em terceiro momento, por fim, analisamos os *corpora* de acordo com o arcabouço teórico-metodológico e princípios nocionais de virilidade (BAUBERÓT, 2013; CAROL, 2013; CORBIN, 2013; THOMASSET, 2013; THUILLIER, 2013; VIGARELLO, 2013a, 2013b; MELO, 2013; SCHNOON, 2013) e de corpo (GÉLIS, 2011; VIGARELLO, 2011; NOVAES, 2011; OLIVEIRA, 2011). Defendemos a tese de que a prerrogativa da equidade dos gêneros tornou-se terreno de contestações devido a instabilidades de ordem política e social que fazem reverberar o discurso conservador (regulado por dispositivo da tradição) sobre o papel de centralidade masculina, reconstruindo o sujeito viril de capacidades extraordinárias. Esse processo é alimentado por lógica dualista, própria dos sistemas digitais de circulação enunciativa. A violência do corpo “adâmico” masculino, revitalizado em sua constituição física (prática do treinamento), seu papel na sociedade (prática do sustento) e dever heterossexual da conquista (prática do cortejo) implica a exclusão. Mais que isso: existe dela. Assumimos que, com maior ou menor grau de assertividade, dizeres e imagens analisados ao longo do estudo endossam problemas endêmicos do Brasil como a agressão doméstica contra mulheres, o estupro e a violência contra o gordo, o “imprestável” e o efeminado (os três sistemas de exclusão postos em causa na tese).

PALAVRAS-CHAVE: PRÁTICAS DISCURSO-MIDIÁTICAS; SUBJETIVAÇÃO; CORPO; VIRILIDADE; EXCLUSÃO.

FERNANDES, Rafael de Souza Bento. Discursive-mediatic practices on corporality in the construction of the "Man MAN": regimes of normalization and exclusion. **Thesis** (Doctorate in Letters) - State University of Maringá, 2019.

ABSTRACT

"Man MAN" is the way the Old Spice deodorant brand (P&G, 2014) defines its old-fashioned "macho" customers. The research, when borrowing this designation, deals with the discursive-mediatic practices related to the (re)construction of the manly subject having as corpora publicity campaigns and digital media posts that thematize the role of masculine centrality. The problematization that leads to the present study is: in view of the fact that the current discourse presupposes the equality of the genres, why, in contemporary Brazilian discursive-mediatic practices, "old" truths about manly man erupt, "naturally" domineering? Faced with such concern, we justify the relevance of this study to the need to continually bring to the scope of scientific research reflections on the systems of exclusion that institute model behaviors of subjects. We hope that these debates will take the form of actions that may soften the effects of discriminatory practices, which must gradually be depleted. In the light of the analysis of French-oriented discourse, especially Foucault's theory, we aim to understand how subjectivation is constituted in discursive-mediatic practices about corporality in the construction of "man Man". For this, in a first moment, we proceeded theoretical discussion on the linguistic analysis and the enunciated in Foucault (2008). In a second moment, we discuss the paradigm of mediality, somatic import and corporeal meanings regarding the issue of digital media (BRAGA 2016, 2017). Finally, we analyze the corpora according to the theoretical-methodological framework and the notional principles of virility (BAUBERÓT, 2013, CAROL, 2013; THOMASSET, 2013; THUILLIER, 2013; VIGARELLO, 2013a, 2013b; MELO, 2013; SCHNOON, 2013) and body (GÉLIS, 2011; VIGARELLO, 2011; NOVAES, 2011; OLIVEIRA, 2011). We defend the thesis that the prerogative of gender equity has become a field of contestation due to political and social instabilities that reverberate the conservative discourse (regulated by the device of tradition) on the role of male centrality, reconstructing the virile subject of capabilities. This process is fueled by dualistic logic, typical of digital systems of enunciative circulation. The violence of the male "adamic" body, revitalized in its physical constitution (training practice), its role in society (practice of sustenance) and heterosexual duty of conquest (courtship practice) entails exclusion. We assume that, to a greater or lesser degree of assertiveness, words and images analyzed throughout the study endorse Brazil's endemic problems such as domestic aggression against women, rape and violence against the fat, the "worthless" and the effeminate (the three systems of exclusion in question in the thesis).

KEYWORDS: DISCURSIVE MEDIA; SUBJECTIVITY; BODY; VIRILITY; EXCLUSION.

FERNANDES, Rafael de Souza Bento. Prácticas discursivo-mediáticas sobre la corporalidad en la construcción del "hombre hombre": regímenes de normalización y de exclusión. **Tesis** (Doctorado en Letras) - Universidad Estadual de Maringá, 2019.

RESUMEN

"Hombre HOMBRE" es la forma que la marca de desodorantes *Old Spice* (P&G, 2014) define a sus clientes, "machos" a la moda antigua. La investigación, tomando de préstamo esa designación, trata de las prácticas discursivo-mediáticas relativas a la (re)construcción del sujeto viril teniendo como *corpora* campañas publicitarias y *posts* de redes sociales que tematizan el papel de centralidad masculina. La problematización que conduce el presente estudio es: ¿teniendo en cuenta que el orden del discurso vigente presupone la equidad de los géneros, por qué, en prácticas discursivas-mediáticas brasileñas contemporáneas, irrumpen "antiguas" verdades sobre el hombre viril, "naturalmente" dominador? Justificamos la pertinencia de este estudio por la necesidad de traer continuamente al ámbito de la investigación científica reflexiones sobre los sistemas de exclusión que instituyen conductas modelares de sujetos. Esperamos que esos debates se concreten en acciones que puedan amenizar los efectos de prácticas discriminatorias, las cuales, paulatinamente, deben de desaparecer. A la luz del análisis del discurso de orientación francesa, en especial de la teoría foucaultiana, objetivamos comprender el modo como se constituye la subjetivación en las prácticas discursivo-mediáticas sobre la corporalidad en la construcción del "hombre Hombre". Para ello, en un primer momento, realizamos una discusión teórica sobre el análisis lingüístico y el enunciado en Foucault (2008). En un segundo momento, discutimos el "paradigma de la medialidad", de la importación somática y de los sentidos de corporeidad en lo que se refiere a la cuestión de los medios digitales (BRAGA 2016, 2017). En un tercer momento, por fin, analizamos los *corpora* de acuerdo con el marco teórico-metodológico y principios nocionales de (BAUBERÓT, 2013; CAROL, 2013; CORBIN, 2013; THOMASSET, 2013; THUILLIER, 2013; VIGARELLO, 2013a, 2013b; MELO, 2013; SCHNOON, 2013) y de cuerpo (GÉLIS, 2011; VIGARELLO, 2011; NOVAES, 2011, OLIVEIRA, 2011). Defendemos la tesis de que la prerrogativa de la equidad de los géneros se convirtió en terreno de contestaciones debido a inestabilidades de orden político y social que hacen reverberar el discurso conservador (regulado por dispositivo de la tradición) sobre el papel de centralidad masculina, reconstruyendo el sujeto viril de capacidades extraordinarias. Este proceso es alimentado por lógica dualista, propia de los sistemas digitales de circulación enunciativa. La violencia del cuerpo "adámico" masculino, revitalizado en su constitución física (práctica del entrenamiento), su papel en la sociedad (práctica del sustento) y el deber heterosexual de la conquista (práctica del cortejo) implica la exclusión. Más que eso: existe en función de ella. Asumimos que las imágenes y enunciados analizados a lo largo del trabajo refuerzan problemas endémicos de Brasil como la agresión doméstica contra las mujeres, la violación y la violencia contra el gordo, el "imprestable" y el afeminado (los tres, sistemas de exclusión puestos en cuestión en la tesis).

PALABRAS CLAVE: PRÁCTICAS DISCURSO-MIDIÁTICAS; SUBJETIVIDAD; CUERPO; VIRILIDAD; EXCLUSIÓN.

LISTA DE FIGURAS

Figuras 1 e 2 – Vídeo do YouTube do canal <i>Homi: Ultrabook e Smartphone</i>	85
Figuras 3, 4 e 5 – Nu masculino, esculturas clássicas	99
Figuras 5, 7 e 8 – Revista <i>Men's Health</i> – edições portuguesas	100
Figuras 9, 10, 11, 12 e 13 – Revista <i>Men's Health</i> – edições brasileiras	103
Figuras 14, 15 e 16 – No pain, no gain	15
Figuras 17 e 18 – Anúncio <i>Monsters Gyn</i>	110
Figura 19 – Bolo de Satanás	116
Figura 21 – Antes e depois.....	122
Figura 22 – Batata-doce	123
Figuras 23 e 24 – Biotônico Fontoura	130
Figuras 25 e 26 – Sujeito Homem e Homem Tradicional	137
Figuras 27, 28 e 29 – Virilidade e guerra	139
Figuras 30, 31 e 32 – Mulher do homem viril	141
Figura 33 – Cavalheiros e damas	144
Figura 34 – Indicações de vídeos da linha <i>Boticário Men</i>	153
Figuras 35 e 36 – Homem pegador e matador	164
Figuras 37 e 38 – O Seu Lobo responde	165
Figura 39 – Vídeos do canal <i>Ilha dos Barbados</i>	166
Figura 40 – Frame de comercial da linha <i>Boticário Men</i>	171
Figura 41 – O selvagem, <i>Old Spice</i>	174
Figura 42 – O galã, <i>Old Spice</i>	176
Figuras 43, 44 e 45 – O conquistador, <i>Old Spice</i>	176
Figuras 46 e 47 – <i>Post</i> de página de Facebook <i>Fúria e Tradição</i>	184

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Estado da arte	28
Quadro 2 – Pesquisas: PLE/GEDUEM	29-30
Quadro 3 – Organização da tese	60
Quadro 4 – <i>Corpora</i> de pesquisa	61-62
Quadro 5 – Fragmento de quadro enunciativo - <i>Facebook</i>	89
Quadro 6 – Frames de comercial publicitário – <i>Zaad, O Boticário</i>	146
Quadro 7 – Frames de “Seu Lobo responde tudo sobre conquista no <i>Twitter</i> ” ...	163
Quadro 8 – Frames de comercial – <i>Shampoo Badass I</i>	188
Quadro 9 – Frames de comercial – <i>Shampoo Badass II</i>	189
Quadro 10 – Reunião de homens únicos.....	191

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	6
RESUMO.....	11
ABSTRACT.....	11
RESUMEN.....	12
LISTA DE FIGURAS	14
LISTA DE QUADROS.....	14
APRESENTAÇÃO.....	18
CONSIDERAÇÕES INICIAIS.....	27
1 CONSIDERAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS DE PESQUISA OU COMO CRIAR UMA “SABONETEIRA COM GARRAFA DE VODCA?”	34
1.1 POR UM MODELO DE DESCRIÇÃO E ANÁLISE LINGUÍSTICA	36
1.2 O PROBLEMA DA REFERÊNCIA NA RELAÇÃO PALAVRA/COISA.....	41
1.3 RACHAR AS COISAS, RACHAR AS PALAVRAS: A ARQUEOLOGIA FOUCAULTIANA	45
1.4 ENUNCIADOS NA TRAMA DA HISTÓRIA: O DISCURSO E OS SISTEMAS DE FORMAÇÃO	50
1.5 SOBRE SER “HOMI”: PROBLEMA DE PESQUISA E ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO	53
2 CORPORALIDADES: DO CONCEITO DE IMPORTAÇÃO SOMÁTICA	64
2.1 MEDIALIDADE E DISCURSO.....	65
2.2 OS SEM-CORPO DOS MEDIA.....	71
2.3 IMPORTAÇÃO SOMÁTICA E REGIMES DE TATEABILIDADE.....	75
2.4 SENSIBILIDADE DIGITAL E DISCURSO.....	90
3. PRÁTICA DISCURSIVO-MIDIÁTICA DO TREINAMENTO FÍSICO	95
3.1 CORPO MODELO	96
3.2 CORPO ANTIMODELO	108
3.3 UM JOGO DE CONTRASTES	115
3.4 DOS REGIMES DE EXCLUSÃO: O GORDO	123

4. PRÁTICA DISCURSO-MIDIÁTICA DO SUSTENTO	126
4.1 PROTEGER	127
4.2 PROVER.....	140
4.3 DOS REGIMES DE EXCLUSÃO: O IMPRESTÁVEL.....	149
5 PRÁTICA DISCURSIVO-MIDIÁTICA DO CORTEJO	155
5.1 O MATADOR E O PEGADOR	156
5.2 UM PROJETO BEM-ACABADO: O HOMEM HOMEM	167
5.3 DOS REGIMES DE EXCLUSÃO: O EFEMINADO	180
CONSIDERAÇÕES FINAIS	192
REFERÊNCIAS	202
ANEXO I – BREVE DESCRIÇÃO DE SEQUÊNCIA FÍLMICA POR FRAMES DE “O CHAMADO”, OLD SPICE (2014)	211
ANEXO II - BREVE DESCRIÇÃO DE SEQUÊNCIA FÍLMICA POR FRAMES DE “HOMI - EPISÓDIO 5 - SABONETEIRA COM GARRAFA DE VODCA”, YOUTUBE (2016)	216
ANEXO III – QUADRO ENUNCIATIVO DESENVOLVIDO A PARTIR DE INFORMAÇÕES COLETADAS NO FACEBOOK	219
ANEXO IV – “MANIFESTO” DA EMPRESA O BOTICÁRIO EM PARCERIA COM O BLOG “PAPO DE HOMEM”, QUANDO DO LANÇAMENTO DA LINHA BOTICÁRIO MEN	226

APRESENTAÇÃO

Vocês são os sobreviventes de uma espécie em extinção: o homem Homem. O homem que sabe como incendiar um encontro. O homem que sempre chega lá, não importa como. A missão de Old Spice é trazer de volta o orgulho de ser e cheirar como homem. O futuro da “homenidade” está em suas mãos. Chegou Old Spice: o desodorante do homem Homem. O único com partículas de cabra-macho. Atenda ao chamado se for homem (cabra-macho). (OLD SPICE, 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=t8MxQR1bVYc>>. Acesso em 18 out. 2017).¹

“Seja homem” é enunciado recorrente na cultura brasileira. Geralmente, ele emerge quando, em face de uma situação adversa, o sujeito deve enfrentar obstáculos e vencê-los. Serve como um lembrete da força que, naturalmente, todo homem tem (ou deveria ter); como se fosse um tesouro moral oculto, o qual se manifesta em momentos de crise de fé, quando dos problemas financeiros (é do homem a responsabilidade do sustento do lar) ou mesmo na perversão sexual (da sexualidade desviante). Tais “campos de presença” (FOUCAULT, 2008) sinalizam, contudo, necessidade de adaptações, de modo que a estrutura linguística com verbo “ser” no modo imperativo adota, por vezes, leveza piadística: desconfiar da homossexualidade/feminilidade latente do outro está na ordem do dia. Por isso, não é com espanto que, ao não conseguir fazer funcionar um dispositivo eletrônico, em tom jocoso, um colega enunciou nova tentativa: “Deixa eu tirar a calcinha da bunda e fazer isso direito!”. Lograr sucesso, sob tais condições, significa possibilidade de ascender novamente ao patamar de homem, condição esta que lhe fora suspensa no momento em que fracassou na tarefa.

O **primeiro aspecto** a se levar em consideração é que se trata de um efeito memorial. “Sucesso” é palavra-chave. Ser homem viril, “homem de verdade”, com agá maiúsculo, etc. é ser bem-sucedido. Parafraseando Corbin (2013), desde a mais tenra idade o menino deve endurecer-se. Muitas vezes, precisa suportar a separação da mãe e da família, provar sua capacidade de vencer a dor e o frio, reprimir as lágrimas, receber, sem pestanejar, punições e maus-tratos. Desde a infância, ele se acha confrontado com cenas de violência. É o homem, no “triunfo da virilidade do século XX”, que deverá resistir ao cansaço físico, executar tarefas perigosas, defender o país

¹ No ANEXO I do estudo, consta uma breve descrição de sequência fílmica por frames do comercial “O Chamado”, da Old Spice. A análise da peça é aprofundada no subitem 5.2.

quando dele se precisa e sustentar os seus para que não morram de fome. “Seja homem!”: a injunção, que deriva de uma memória religiosa, é tanto um fardo quanto a manifestação da glória; por isso o homem deve, permanentemente, manifestar a virilidade por seus atos. Ora, a virilidade se identifica com a superioridade, com a honra, com a força, com o autossacrifício, com o saber morrer por seus valores. A virilidade se realiza na exploração e na conquista de territórios, na colonização, no domínio sobre a natureza, na expansão econômica, enfim, em tudo aquilo que possa constituir grandeza. Tais princípios se alteraram com a transição do mundo greco-latino (de sociedades militares) e medieval (fundada nas prerrogativas do cortesão) até a modernidade, com o estabelecimento do mercantilismo (CORBIN, 2013).

Textos fundadores (que se constituíram como espaços canônicos do dizer), como a Epopeia de Homero, prescrevem traços e comportamentos próprios do homem: a manifestação da força bruta (em grego, *alke*), em excesso (em grego, *agenor*). Devemos considerar que a “educação do macho”, na sociedade grega antiga, era pautada no modelo de *polites*, do bem comum da comunidade. Havia práticas de manutenção de coerção/coesão social como, por exemplo, o giro pelas casas com o recém-nascido nos braços até sua inscrição nos registros cívicos ou mesmo os hábitos de criação com a família, que permanecia com a criança somente até os sete anos de idade. Para comprovar a saúde e a força (os mal construídos e deformados eram encaminhados a um lugar denominado *apothétai* para que não pudessem prejudicar a *polis*), as mães lavavam os recém-nascidos não em água, mas em vinho. Dizia-se que, sob efeito do vinho puro (ou seja, do álcool), as crianças que não eram perfeitas (que estavam sujeitas à epilepsia ou outras doenças) morreriam (de convulsão), ao passo que as portadoras de uma constituição sadia absorviam melhor o umedecimento e adquiriam mais vigor (SARTRE, 2013).

Há um termo em grego, que apareceu pela primeira vez em “Sete contra Tebas”, de Ésquilo, o qual “condensa” a concepção homérica sobre “ser um homem”: *andreía*. O emblema da *andreía* designa mais do que a força física; trata-se da audácia na diversidade, obstinação no infortúnio, conduta guerreira e sabedoria de opiniões. Importante considerar, no entanto, que entre os gregos não existia concepção homogênea de masculinidade que se poderia adotar como modelo comparativo. A dualidade entre as cidades-estados de Atenas e Esparta, por exemplo, é o mote do discurso de Péricles [431-429 a.C.] no primeiro ano da Guerra do Peloponeso [431-

404 a.C.], o qual se encarregara de fazer a oração aos mortos em combate, louvando a educação ateniense: “em suma, digo que nossa cidade, em seu conjunto, é a escola de toda a Hélade [...] Com efeito, só Atenas entre as cidades contemporâneas se mostra superior à sua reputação quando posta à prova [...]”². “*Parece-me ainda que uma morte como a desses homens é a prova total de máscula coragem, seja como seu primeiro indício, seja como sua confirmação final*” (VILLA, 2018, p. 14-15 – *grifo nosso*)³. A *agoge* espartana, por seu turno, valoriza a repetição indefinida dos mesmos modelos, nos quais a coragem bélica permanece o padrão de virilidade. Pode-se estimar que a *andreia* espartana estende-se igualmente à vida política na qual se espera nada mais do que obediência às leis e ao empenho corajoso quando a cidade parte para a guerra (SARTRE, 2013, p. 26).

Ainda no que concerne à tradição grego-latina, o termo “viril”, segundo Thuillier (2013), deriva da palavra latina “vir” (radical também da palavra “virtude”) que significa, na linguagem popular romana, “meu homem” em referência à carnalidade e ao sexo. De acordo a fonte literária Catulo e Marcial, Vítor, prestes a se casar, foi ao bairro mal afamado de Roma, ter o seu aprendizagem com Subure, porque ela iria fazê-lo homem: *illa virum faciet*. Só pode ser “vir” o homem após a primeira relação sexual, ao deixar de ser “*puer*” (garoto).

Nesse sentido, apesar de prosaico, o enunciado “Seja homem!” e seus derivados é recoberto com larga camada de acúmulos históricos que circula por diversos campos do saber (como o religioso, o publicitário, o médico e o saber popular) constituindo conceitos, modelando condutas, circunscrevendo práticas no rigoroso processo de construção da virilidade masculina. “Rigoroso”, porque, historicamente marcado pelo atributo da dominação, há códigos disciplinares, na profusão e

² Há outras dualidades que poderiam vir a ser ponto de reflexão acerca da constituição da masculinidade tomando por base a cultura grega, como, por exemplo, o homem pensador e o homem militar; o sublime e o carnal; Apolo e Dionísio. Machado (1999) trata do nascimento da Tragédia em Nietzsche como momento de perigo, de fragmentação, já que as “musas das artes da aparência” empalideciam ante a arte que, em sua embriaguez, proclamava a verdade “na cara da serenidade olímpica”: o novo culto da religião dionísica punha em debate os valores mais fundamentais da Grécia, “a desmesura se desvelava como a verdade; a contradição e a volúpia nascida da dor se expressava do mais profundo da natureza” (MACHADO, 1999, p. 21). A dualidade é, assim, herança grega.

³ Publicação original em: Tucídides. *História da Guerra do Peloponeso*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1982, p. 97-102).

dispersão das posições-sujeito, que definem o que um homem é ou não é. É história que não precisa ser contada. É história muda, que já se sabe: silenciada, sublimada, envolta de séries de prerrogativas que apontam para a glória e, paradoxalmente, para códigos de postura, listas de proibições, coibição do desejo, interdição de formas de expressão, apagamento de gestos, seleção cuidadosa de vocabulário, teatralização de situações prototípicas, limitação da compreensão intelectual, que não deve ultrapassar o tácito, dado pela vivência... História muda, porque se faz acreditar natural, mas que grita sempre que se faz necessário: Seja homem! Tal normalização opera, certamente, regimes de exclusão de diferentes matizes, com nuances de verdade.

Se cada época adota ideais próprios de beleza (ECO, 2013) que expressam os mais profundos desejos e receios (SANT'ANNA, 2014), cumpre destacar que coube ao discurso publicitário trabalhá-los de modo a conciliar virilidade e a necessidade de novos produtos que o capitalismo industrial, como ares modernos, punha a disposição. Por exemplo, no começo do século XX, os homens apareciam pouco em conselhos de beleza, mas seria errôneo supor que eles não se preocupavam com a própria aparência, já que cuidar da barba e do bigode era tão importante quanto a manutenção da limpeza dos calçados: “muita atenção ao jeito de andar, pois este denotava macheza, força e distinção ou então o contrário” (SANT'ANNA, 2014, p. 15). Cuidar-se e consumir esses produtos é importante, afinal, como reforça slogan quase um século posterior, da década de noventa: “Sabe o que acontece quando vocês usam [o desodorante] Avanço? Elas avançam” (AVANÇO, 1992)⁴. Outra palavra para definir o sucesso (nesse caso, na conquista) é dominação.

O **segundo aspecto** a se levar em consideração é carnalidade com que se produz o sujeito viril das/nas práticas discursivas, já que é condição enunciativa a referência a determinados traços somáticos⁵ que caracterizam - e estabelecem - o verdadeiro sobre o homem (Homem). O corpo é tanto uma realidade política quanto é biológica, já que, em uma sociedade como a nossa, a construção da subjetividade

⁴ Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=kycbOu5LUfA>>. Acesso em 18 out. 2017.

⁵ Braga (2016; 2017) se vale de metáfora do campo da medicina e da biologia para as quais um sintoma “somático” (termo grego que provém da palavra “soma”, corpo) é aquele de natureza corpórea, física ou material em oposição a sintomas psíquicos. Esse tópico é explorado com maior atenção no capítulo 2, sobre a “importação somática”. Para mais informações sobre “sintoma somático” na área da saúde, ver.: <<http://conceito.de/somatico#ixzz4k4TVCAuW>>. Disponível em: 14 jun. 2017.

perpassa longo e intrincado processo de produção, certificação, modulação, crítica e (in)aceitação daquilo que, grosso modo, faz com que nós sejamos nós mesmos. O corpo é “*topia* desapiedada”. É o lugar do qual o sujeito não se desvincula, o que estará irreparavelmente sempre aqui e nunca em outro lugar. Afirma Foucault (2013): “Meu corpo é o contrário de uma utopia⁶, é o que nunca está sob outro céu, é o lugar absoluto, o pequeno fragmento de espaço com o qual, em sentido estrito, eu me corporizo” (FOUCAULT, 2013, p.1). O corpo é o lugar do sexo, cuja tradição cristã ocidental, ao longo dos séculos, tenta apagar sob a égide do pecado. Deve-se castigar o corpo (GÉLIS, 2011), deve-se punir a “coacla” que afasta do Deus benevolente e aproxima da tentação diária, visto que “a carne é fraca”⁷. O corpo é, enfim, discurso, uma vez que institui regimes de verdade acerca do que se pode e se deve dizer/fazer e de quais lugares que se podem e se devem ocupar em complexo jogo de saber-poder, o qual, contemporaneamente, está esquadrinhado, alinhado e regulado pelas telas da mídia.

Os sentidos de “másculo” perpassam padrões iconográficos, os quais constituem regularidades enunciativas, inteiramente presentes em 1) campanhas publicitárias e em 2) “conteúdos”, fóruns de discussão, canais, etc., das assim chamadas mídias digitais. “O homem que sempre chega lá não importa como” (*OLD SPICE*, 2014) tem o “saco roxo”! Isso quer dizer que, atualizado o conhecido enunciado do ex-presidente brasileiro Fernando Collor de Mello (PRN, gestão 1990-1992), existem atributos físicos que qualificam o homem (de verdade) enquanto tal, os quais são explorados à exaustão quando da divulgação e venda de produtos (de beleza). Pilosidade, barba, cabelo, músculos, altura e olhar acentuam espaços de afirmação de virilidade natural ainda que dependa de recursos artificiais, por isso que “a gente se cuida, mas não fala pra ninguém! Ainda bem que tem, Boticário Men!” (O BOTICÁRIO, 2016).

Não é sem uma ordem de contestações que o discurso do “homem Homem” – expressão tomada de empréstimo do comercial da *Old Spice*, epígrafe do estudo –,

⁶ Não no sentido de ficção, mas de lugar (do) outro: “o espaço no qual vivemos, pelo qual somos atraídos para fora de nós mesmos, no qual decorre precisamente a erosão de nossa vida, de nosso tempo, de nossa história, esse espaço que nos corrói e nos sulca é também em si mesmo um espaço heterogêneo”. Não vivemos em um espaço vazio, “vivemos no interior de um conjunto de relações que definem posicionamentos irredutíveis uns aos outros e absolutamente impossíveis de ser sobrepostos” (FOUCAULT, 1984, p.79).

⁷ Discurso que circula entre homens religiosos, na cultura ocidental cristã. A questão do domínio religioso na constituição da virilidade é desenvolvida no capítulo 3.

emerge e circula. Em realidade, a discussão sobre gêneros e, especificamente, as lutas pelos direitos civis, políticos e sociais das mulheres problematizaram tais estereótipos, acusando-os de machismo, homofobia e sexismo, associando-os a problemas endêmicos no país, como a diferença salarial, a violência doméstica e o assassinato de homossexuais. De acordo com a plataforma eletrônica governamental de “Cidadania e Justiça” (2017), podem-se citar três momentos-chaves da ordem da contestação: 1) as reivindicações democráticas pelos direitos ao voto, à educação e ao trabalho, no final do século XIX, primeiras décadas do século XX; 2) a liberação sexual da década de 60, impulsionada pelo aumento dos contraceptivos e 3) os movimentos feministas da década de 70, de caráter sindical, subversivo à ditadura militar (1964-1985).

A escritora Virgínia Woolf associa feminilidade ao espelho, metáfora que conota o papel subserviente da mulher, cuja função seria a de ampliar a imagem do parceiro, nunca de si. Brand (2013) argumenta tendo como ponto de partida a crítica feminista: “o espelho, então, faz retornar aos homens uma imagem difícil de aceitar da [...] virilidade: mortífera, belicista, criminosa, mutiladora. Para as feministas⁸, a virilidade coincide agora com um comportamento sexista; ela expressa a dominação masculina” (BRAND, 2013, p. 117). “Dominação” que, no âmbito acadêmico, ganhou força a partir do desenvolvimento do *Gender Studies*, do *Men’s Studies* e, em especial, quando da publicação, em 1998, do clássico de Bourdieu (2016) “A dominação masculina – a condição feminina e a violência simbólica”. Para o sociólogo, há que se “devolver à história relação entre os sexos que a visão essencialista dela arranca”. O corpo, sob tal perspectiva, tem a sua frente “lugar da diferença sexual” e, as suas costas, terreno passivo sexualmente indiferenciado, potencialmente feminino – condição de possibilidade do enunciado que inicia a seção.

O discurso que sustenta o duplo homem-mulher, absolutamente excludente porque só admite o par opositivo, fragilizou-se. Para Nolasco (2001), isso se deve a severas alterações na representação masculina na transição do modelo patriarcal-tradicional ao contemporâneo e a violência está relacionada ao esforço empreendido pelo sujeito para manter-se dentro da cultura da qual faz parte. A Revolução Industrial, principalmente na Europa em fins do século XIX, promoveu um clima de esperança e progresso, o qual propiciou uma série de mudanças no mundo privado, na família e

⁸ Vale ressaltar que as pesquisas hoje indicam a existência de feminismos (no plural).

na relação homem-mulher. A luta pela igualdade das minorias cresceu a partir de reivindicações proletárias e promoveu mudanças nas representações sociais dos indivíduos, principalmente no que diz respeito à mulher e sua participação no espaço público (NOLASCO, 2001). É de supor que tais modificações, em uma discussão crucial como a definição do verdadeiro sobre o gênero, acarretassem terreno fértil para paulatinas transformações no discurso publicitário no que concerne à venda e divulgação de produtos e serviços. É exemplo de propaganda⁹ da década de sessenta:

Mais cedo ou mais tarde sua esposa vai dirigir. Esta é uma das razões para você possuir um Volkswagen. Caso sua mulher venha a bater em algo com o seu Volkswagen, isto não lhe custará muito. Peças VW são fáceis de trocar. E baratas. A maioria das peças são intercambiáveis. Quer dizer que sua esposa não está limitada a amassar apenas o para-lama. Ela pode amassar o capô. Arranhar a porta. Ou soltar o para-choque. Isso pode deixar você furioso, mas não vai deixar você pobre. (Disponível: < <http://www.estadao.com.br/blogs/reclames-do-estadao/sua-mulher-vai-bater-o-fusca/>>. Acesso em 18 out. 2017).

A propaganda da década de sessenta não encontra, contemporaneamente, condição de existência. Um anúncio como esse, no qual subjaz efeito memorial da potência masculina, ademais de encontrar resistência no âmbito das discussões morais (de certo e de errado), seria, provavelmente, condenado do ponto de vista legal. Na década de setenta, foi criado o Conselho de Autorregulamentação Publicitária-CONAR. Segundo consta do site oficial, o propósito do CONAR era evitar a censura governamental por meio de instrumentos de normalização próprios que deliberam, a partir de códigos e de medidas restritivas, abusos na publicidade (como é o caso do artigo vinte, que proíbe anúncios que favoreçam ou estimulem qualquer tipo de ofensa ou discriminação). O Brasil, paulatinamente, tornou-se um lugar “chato”, conforme termo contemporâneo dos sites de relacionamento social, dos quais se acumulam exemplos em páginas de comentários. E os homens, para Courtine (2013),

⁹ Alguns teóricos distinguem “propaganda” e “publicidade” para caracterizar materiais produzidos com a intenção de, no primeiro caso, divulgar ideias que influenciem um público consumidor e, no segundo, vender um produto. Como a investigação centra-se na relação da língua, da história e dos efeitos do exercício do poder que incide sobre materialidades de linguagem, considera-se que os anúncios, comerciais fílmicos, peças publicitárias analisadas no decorrer do estudo são atravessados pelo discurso econômico, ainda que não seja efeito de superfície. “Neutralidade” e “intenção”, sob a perspectiva da foucaultiana, são dois conceitos a serem problematizados (ver “Unidades do discurso” em Foucault (2008) e, nesse trabalho, subitem 1.3).

teriam entrado em “crise”. Eis a importância da missão de *Old Spice* (2014): “trazer de volta o orgulho de ser e cheirar como homem”, protegendo, assim, a espécie “homem Homem” da iminente extinção.

Por fim, o **terceiro aspecto** a se levar em consideração é a circulação enunciativa. Importa compreender a irrupção de séries enunciativas relativas ao “Seja homem!” as quais se desenvolvem num campo imenso de possibilidades, num tempo e num lugar (FOUCAULT, 2008). Mobilizam-se, pela positividade do discurso, instâncias de análise absolutamente heterogêneas, como espaços comerciais, hábitos de consumo, formas de enunciação, instituições políticas, processos econômicos, etc. (FOUCAULT, 2008). Para tanto, o estudo centra-se tanto em campanhas publicitárias de mídia televisiva e de internet que tem por finalidade divulgar/vender produtos quanto em “conteúdos” veiculados em redes sociais (cf. quadro 4). Modalidades estatutárias díspares que, no primeiro caso, circunscreve controle maior por estar sujeito a determinações legais haja vista a natureza de sua circulação, ao passo que, no segundo caso, constitui “amontoado” de vozes afetas à determinação de que o homem “de verdade” é artigo raro e, por isso, deve ser preservado.

O discurso, enquanto uma realidade (bio)política do controle, do engendramento, das técnicas e das tecnologias de aplicação de biopoder, da determinação das condutas, da governamentalidade (TASSO, 2013; 2015), mobiliza *práticas* em termos de conduta. E não existe prática que não tenha como base uma série de prerrogativas culturais, históricas, linguísticas, geográficas que suportam o dizer verdadeiro sobre algo; assim, é necessário assumir que toda prática é sustentada por *discursos*. O uso do sintagma “práticas discursivo-midiáticas” no estudo, que peca, talvez, pela redundância teórica (já que não se desvincula os elementos do duplo “prática/discurso”) tem como propósito caracterizar e descrever a profusão enunciativa sobre a subjetividade em análise; filosoficamente, interroga-se “como foi possível o que é?” (CASTRO, 2014) tomando por base proliferação de acontecimentos discursos. Isso posto, ainda haja distintos homens e mulheres, defendemos, na tese, aquilo que tem sido a vontade de verdade nessa época e sociedade, já que se vive da relação de forças do(s) discurso(s).

1) Efeito memorial, 2) inscrição no/do corpo e 3) modos de circulação constituem três faces do processo de subjetivação do “Homem de Palavra”, “O Macho

Alpha”, “Homem de Honra” (*Facebook*, 2018 - ANEXO III), etc. É um trabalho belicoso de (re)construção, na medida em que expande os limites do dizível, desafiando ordem majoritária e reestabelecendo o “lugar próprio” dos homens (e das mulheres). Lugar de direito, que lhe foi usurpado por degradação moral da sociedade, seduzida por vozes desviantes (depravadas, devassas) da perigosa - e demonizada - “ideologia de gênero”. O efeito de raridade é o que une esses sujeitos; os meios de comunicação digitais possibilitam, afinal, dissolução de fronteiras físicas e permitem, obviamente, lugares de encontro para professar a causa: seja com a irreverência de um filão de mercado (como o *Old Spice*, 2014), seja com a assertividade do discurso moral — e notadamente homofóbico — sobre a família (como na página de *Facebook*, 2018, “Orgulho de ser hétero”).

Del Priore e Amantino (2013) afirmam que homens não são objeto de estudo original, pois a história foi escrita por eles, por isso, talvez, seja tão desafiador desnaturalizar o processo arraigado nas malhas da cultura - processo que, não por acaso, envolve conflitos, sofrimentos, dores, humilhações, conquistas e atos heroicos (PRIORE; AMANTINO, 2013): a virilidade foi forjada pela história (BAUBERÓT, 2013). Há que se perguntar por qual História ou por quais histórias¹⁰. Com o propósito de seguir, na espessura do tempo, “fissuras enunciativas” no jogo de sua instância e na ordem de seu aparecimento (FOUCAULT, 2008), analisamos o “homem Homem”; sujeito que treina, sustenta/protege o lar e corteja mulheres (de preferência mais do que uma ao mesmo tempo) o qual é, por norma¹¹ - haja vista série de restrições, ofensas e discriminações -, único: “o único com partículas de cabra-macho” (OLD SPICE, 2014). Unicidade perigosa, ilusória e excludente que, sustentada por dado saber verdadeiro, dita quem tem o direito de atender ao “chamado” da existência: “Atenda ao chamado se for homem (cabra-macho)” (OLD SPICE, 2014).

¹⁰ A originalidade da pesquisa foucaultiana consiste justamente em tratar da *verdade no tempo*, conforme Veyne (2008). Foucault explora tais questões na introdução de sua “Arqueologia do Saber” (2008) e em seu célebre texto “Retornar à História” (2015). Essa discussão é mais bem explorada, no trabalho, no tópico 1.3.

¹¹ No “vocabulário de Foucault”, a noção de “norma” está ligada àquela de disciplina. [...] A regra disciplinar é uma regra natural: a norma. [...] A norma corresponde ao surgimento de um biopoder, isto é, um poder sobre a vida, e a modelos de governamentalidade que aí se encontram ligados [...] (REVEL, 2011, p. 109). Essa questão é aprofundada no capítulo 4.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A presente investigação se vincula ao Grupo de Pesquisa em Análise do Discurso da UEM – GEDUEM/CNPq, cujos trabalhos têm por objetivo estudar, pesquisar e promover reflexões teórico-analíticas sobre as práticas discursivas circunscritas ao exercício da governamentalidade, às demandas do social e das políticas de inclusão e de exclusão, em diferentes materialidades discursivas e campos do saber¹². Nesse espaço de discussão, articulam-se preceitos dos estudos linguísticos (área de concentração do programa de pós-graduação em Letras – PLE/UEM) aos da teoria foucaultiana.

Do amplo quadro de possibilidades analíticas desenvolvidas no grupo de estudos, o **tema da pesquisa** são as práticas discursivo-midiáticas contemporâneas envolvidas na construção do sujeito “homem Homem”, tendo por **delimitação** a circulação enunciativa e os processos de subjetivação. Desse modo, analisamos as práticas discursivo-midiáticas contemporâneas treinamento físico, sustento e cortejo limítrofes à ordem do discurso vigente, que (re)constroem a subjetividade do homem viril dominador, atentando para as materialidades corporais de aplicação da biopolítica, as quais deflagram regimes de normalização e de exclusão, respectivamente, do gordo, do “imprestável” e do efeminado. O **objeto de pesquisa**, assim, são as práticas discursivas sobre o sujeito/corpo viril em *corpora* composto por propagandas e por materiais de mídias digitais.

A questão dos gêneros é ponto crucial na história dos saberes filosóficos, sendo que há, inevitavelmente, ampla gama de reflexões sobre a questão do masculino e do feminino no âmbito da Psicanálise, da Sociologia, assim como dos Estudos do Discurso. Enquanto procedimento de recorte na composição de **base teórica**, procedemos a leitura das concepções de virilidade, em especial, dos textos que compõem a “História da Virilidade” (BAUBERÓT, 2013; CAROL, 2013; CORBIN, 2013; THOMASSET, 2013; THUILLIER, 2013; VIGARELLO, 2013a, 2013b). Também foi de fundamental importância o desenvolvimento do tema à realidade local, em especial na compilação de estudos “História dos homens no Brasil” (MELO, 2013; SCHNOON, 2013).

¹² Conforme consta do site do GEDUEM/CNPq e do Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil. Disponível em: < <http://www.geduem.com.br> >. Acesso em 06 fev. 2018 e < <http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/5984994035632429>>. Acesso em 06 fev. 2018.

Enquanto movimento de análise do que é “viril”, ficou evidente a condição do corpo como espaço, superfície, forma de representação e foco de “importação”¹³ nos modos de circulação enunciativa dos *corpora* elencados pelo estudo. Desse modo, buscamos compreender a constituição da corporeidade em textos que compõem a coleção “História do Corpo” (GÉLIS, 2011; VIGARELLO, 2011), a coleção “História do corpo no Brasil” (NOVAES, 2011; OLIVEIRA, 2011), bem como dos estudos sobre o corpo utópico e o corpo dócil em Foucault (2013; 2015; 2014).

Concomitante à leitura dos textos clássicos, procedemos à compilação de **estado de arte**. Elaboramos o levantamento bibliográfico com a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e de Dissertações (coordenado pelo IBCT - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia) e o Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES. Na barra de procura dos termos indexadores, cruzamos as palavras-chaves da pesquisa: virilidade, corpo(s) e mídia (práticas discursivo-midiáticas). Ao contrário das pesquisas sobre o feminino, há poucos estudos que tematizam a masculinidade (111, no total), dos quais, uma grande parte se pauta na Psicanálise freudiana. A partir da leitura dos resumos e da exclusão de trabalhos não relacionados à pesquisa, obtivemos seis estudos que poderiam vir a contribuir para a construção da pesquisa ora apresentada:

Quadro 1. Estado de Arte.

AMORIM, Rosendo Freitas. O imaginário do corpo masculino na musculação 01/03/1995, 333 f. **Dissertação**. Mestrado em Sociologia. Instituição de Ensino: Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

CAMPOS, Camila Craveiro da Costa. Corpo-mídia ou corpo-suporte? – representações do signo corpo em publicidade de perfumes. 01/12/2005, 118 f. **Dissertação**. Mestrado em Comunicação. Instituição de Ensino: Universidade Est. Paulista Júlio De Mesquita Filho/Bauru, Bauru Biblioteca Depositária: Unesp Bauru

FILHO, Carlos Boechat Machado. Masculinidade: representações sociais e práticas afetivas. 01/08/2003, 165 f. **Dissertação**. Mestrado em Psicologia. Instituição de Ensino: Universidade Federal Do Espírito Santo, Vitória. Biblioteca Depositária: Universidade Federal Do Espírito Santo.

SILVA, Fábio Ronaldo da. Ser ou não ser: a representação da virilidade nas capas da G Magazine (1997-2007) / 01/03/2010, 177 f. **Dissertação**. Mestrado em História Instituição de Ensino: Universidade Federal de Campina Grande. Depositária: Biblioteca Central da Universidade de Campina Grande.

¹³ Conceito discutido no capítulo 2.

SILVA, Glaybson Guedes Barbosa da. Homens com sonhos de riquezas inexauríveis virilidade, ambição e violência nas minas de diamantes de lençóis (1850 – 1870). 01/08/2012, 201 f. **Dissertação**. Mestrado em História. Instituição de Ensino: Universidade Estadual de Feira De Santana. Feira De Santana. Biblioteca Depositária: Biblioteca Central Julieta Carteadó.

VIDAL, Mônica De Oliveira Gonçalves. Masculinidade e contemporaneidade: o uso da violência como parâmetro de identificação. 01/04/2008, 124 f. **Dissertação**. Mestrado em Psicologia Instituição de Ensino: Universidade Federal Do Rio De Janeiro, Rio De Janeiro Biblioteca Depositária: Cfch.

Fonte: Autoral. Dados coletados dia 16 fev. 2018 nas plataformas IBCT e CTD.

Vale ressaltar que são poucos os estudos sobre virilidade, masculinidade, corpo e exclusão no âmbito da Linguística. Ampliamos a busca aos materiais desenvolvidos pelo próprio grupo de pesquisa e programa de pós-graduação. Nessa etapa, foram selecionados e lidos os seguintes estudos:

Quadro 2. Pesquisas: PLE/GEDUEM.

BONÁCIO, Daiany. Representações da masculinidade em crise: legados pós-modernos. In: TASSO, Ismara; NAVARRO, Pedro (orgs.). **Produção de identidades e processos de subjetivação em práticas discursivas**. Maringá: EDUEM, 2012.

MIRANDA, Andréia Zíngara. “Guerra dos sexos”: efeitos de verdade concernentes à sexualidade e à subjetividade do homem e da mulher em discursos midiáticos. 2016, 174 f. **Tese**. Doutorado em Letras. Instituição de Ensino: Universidade Estadual de Maringá, Maringá. Biblioteca Depositária: BCE.

NAVARRO, Pedro; LACHI, Poliana. O corpo moldado: corporeidade mediada e subjetivação. In: TASSO, Ismara; NAVARRO, Pedro (orgs.). **Produção de identidades e processos de subjetivação em práticas discursivas**. Maringá: EDUEM, 2012.

SILVA, Érica Danielle; TASSO, Ismara. Ficcionalização do corpo anormal: regularidades, dispersões e modalidades enunciativas cinematográficas sobre a monstruosidade. In: _____; CAMPOS, Jefferson (orgs.). In: **Imagem e(m) discurso: a formação das modalidades enunciativas**. São Paulo: Pontes Editores, 2015 (Coleção Linguagem e Sociedade; 8).

SILVA, Francisco Vieira da; LEITE, Francisco de Freitas. A invenção do lumbersexual: memórias de uma virilidade perdida? **Acta Scientiarum. Language and Culture**. Maringá, v. 38, n. 2, p. 207-216, Apr.-June, 2016.

SOUSA, Kátia Menezes de Sousa. Discurso e bipolaridade na sociedade de controle. In: TASSO, Ismara; NAVARRO, Pedro (orgs.). **Produção de identidades e processos de subjetivação em práticas discursivas**. Maringá: EDUEM, 2012.

TASSO, Ismara. Corpos em vigília sob regimes do dizer e do olhar da técnica e da tecnologia biopolítica e cinematográfica. In: _____; OLIVEIRA, Valéria (orgs.). In: **Domínios e dispositivos técnicos, tecnológicos e das tecnologias e(m) discurso: a formação dos conceitos**. São Paulo: Pontes Editores, 2015 (Coleção Linguagem e Sociedade; 12).

_____. Discurso em imagem: verdade, fotografia-documentário e inventário do real. **Revista Científica em Curso**. Palhoça, SC, v.2, n.2, p.113-124, jul./dez. 2013.

Fonte: Autoral.

Enquanto os trabalhos do quadro 1 ampliam o escopo de reflexão das temáticas que o estudo abarca, os artigos e capítulos de livro listados no quadro 2 dizem respeito aos procedimentos metodológicos da análise do discurso. Cumpre destacar que os textos de Tasso (2013; 2015), ademais, compuseram a base teórica nos capítulos 1 e no capítulo 2.

Apesar de apresentarem contribuições notáveis às suas áreas de pesquisa e avançarem com as discussões relacionadas às materialidades e objetos elencados, não encontramos pesquisa que respondesse como e por que campanhas publicitárias e *posts* de internet fazem circular com tanta vivacidade discurso excludente que “liga” identidade de gênero ao sexo biológico masculino com força de pauta moral. Esse estranhamento muito se deve ao fato de que esse estado da peça social já havia sido, sob dada perspectiva, suplantado (ou ao menos coibido na circulação pública de caráter oficial)¹⁴. Discursos que fundamentam práticas discriminatórias sob a leveza do humor (ou não), contudo, estão na ordem do dia. Assim sendo, a **problematização** que conduz à questão basilar do trabalho é:

Tendo em vista que a ordem do discurso vigente pressupõe a equidade dos gêneros, por que, em práticas midiáticas brasileiras contemporâneas, irrompem “antigas” verdades sobre o homem viril, “naturalmente” dominador?

¹⁴ Conforme referência posterior ao artigo 5º da Constituição Brasileira e referência anterior ao artigo 20 do CONAR.

O processo de tornar evidente por meio do exercício da linguagem uma dada construção do verdadeiro justifica o uso das aspas nas palavras “antigas” e “naturalmente”. Os **corpora** do estudo são: 1) peças publicitárias de natureza institucional; 2) posts de redes sociais e páginas de internet (cf. quadro 4). O motivo da escolha teórico-metodológica é que esses materiais, de ampla circulação, desvelam sistemas de enunciabilidade que (re)configuram o espaço do que é o tradicional, o correto e o certo da definição de gênero. No primeiro caso, muito em função do apelo do público que compra os produtos anunciados e, no segundo, por se tratar de lugar em que as pessoas opinam como se esse fosse um espaço à parte da sociedade, um espaço que tudo permite dizer.

O **objetivo geral** da tese é compreender o modo como se constitui a subjetivação nas práticas discursivo-midiáticas sobre a corporalidade na construção do “homem Homem”. São os **objetivos específicos**:

- a) Traçar um percurso sobre a natureza linguística dos *corpora* e sua vinculação aos estudos da linguagem, da gramática à arqueologia do saber.
- b) Refletir sobre o paradigma da medialidade, da importação somática e dos sentidos de corporeidade no que toca à questão das mídias digitais.
- c) Analisar padrões iconográficos sobre o corpo do homem viril, cujos atravessamentos são do domínio médico (de saúde, bem-estar) e religioso (pecado, danação), alinhavados ao disposto “*no pain, no gain*”.
- d) Empreender uma prática analítica sobre os domínios de afirmação do masculino balizados pelos verbos *proteger* e *prover*, regulados por dispositivo da tradição.
- e) Promover a analítica sobre o dispositivo da sexualidade no processo de construção do verdadeiro sobre si, implicado no “projeto bem-acabado” de “homem Homem”, *matador e pegador*.

O **desenvolvimento da tese**, em linhas gerais, segue a seguinte estrutura: em um primeiro momento, há considerações gerais sobre problema de pesquisa e

metodologia para estabelecimento do movimento de leitura, tomando por base os limites da análise da língua(gem) sob envergadura gramatical e lógica de dado enunciado no que concerne aos sentidos de masculinidade (“E eu sou HOMI”). Essa reflexão tem por finalidade situar, na especificidade do que a investigação propõe, o estudo em relação à área de pesquisa “Estudos linguísticos”, linha de pesquisa “Estudos do texto e do discurso” e base teórica Análise do Discurso de orientação francesa. No ensejo, retomamos problematizações de Foucault (2005; 2008) sobre os limites da história global e posterior estabelecimento da análise enunciativa.

Ainda no que tange às questões teóricas, em um segundo momento, há uma reflexão ancorada nos pressupostos de Braga (2016; 2017) e Tasso (2013) acerca da corporeidade nas assim chamadas mídias digitais, cujo registro somático assenta/inaugura/possibilita diferentes modos de ver, enunciar, dizer e tocar (caso dos *smartphones*, *smartwatches*, *ultrabooks*, etc.) a superfície material onde se assenta grande parte da produção enunciativa contemporânea, em especial, dos *corpora* do estudo. Adotamos a premissa de que o corpo acaba por mimetizar o dualismo em que opera a máquina e, como tal, absorve o registro meramente funcionalista (BRAGA, 2017). Logo, o digital, em conexão com os fenômenos socioculturais e reduzido a sua lógica binária, é terreno fértil para a negação da existência do outro.

Em um terceiro momento, há a análise pormenorizada dos *corpora*, segmentada, para efeito de organização, em três práticas discursivo-midiáticas — treinamento físico, sustento e cortejo —, bem como os regimes de exclusão que cada uma delas suscita; reflexão no bojo das investigações do Grupo de Pesquisa em Análise do Discurso da UEM- GEDUEM/CNPq. Segundo leitura possível, o dispositivo “*no Pain, no Gain*” preconiza padrão iconográfico de corpo musculoso, sinônimo de fibra moral e sucesso que tem como inverso o corpo gordo, animalizado e pecaminoso. Ao homem, segundo o discurso em análise, é atribuída a função do sustento do lar, assim sendo, o sucesso refere-se ao âmbito econômico que, por sua vez, é condição para conquistar mulheres: em comerciais fílmicos de perfumes (*OLD SPICE*, 2014; *ZAAD*, 2008), as mulheres não controlam seus próprios desejos ante o homem galanteador. “O você que existe no ogro” (O BOTICÁRIO, 2016), o sujeito “ligador” (OI, 2010), o “Sujeito Homem” (página da rede social *Facebook* com mais de dois milhões de seguidores, 2018), que frequenta barbearias e que tem como base fortes “valores familiares” reaviva memórias de um discurso conservador, cujas

condutas são capturadas, determinadas, modeladas, interceptadas, asseguradas e controladas (AGAMBEN, 2009) por dispositivo da tradição, o qual retoma o “lugar de direito” masculino, como se as lutas sociais pela igualdade que se desenrolaram no século XX tivessem distendido os bons valores, que se perderam em um passado idealizado (é o porquê da nomenclatura “tradição”). Privilegiamos, nesse movimento de leitura, a regularidade, a dispersão, bem como a natureza material do discurso como critérios analíticos.

Defendemos a **tese** de que a prerrogativa da equidade dos gêneros tornou-se terreno de contestações devido a instabilidades de ordem política e social que fazem reverberar o discurso conservador sobre o papel de centralidade masculina, reconstruindo o sujeito viril de capacidades extraordinárias. Esse processo é alimentado por lógica dualista, própria dos sistemas digitais de circulação enunciativa. A violência do corpo “adâmico” masculino, revitalizado em sua constituição física (prática do treinamento), seu papel na sociedade (prática do sustento) e dever heterossexual da conquista (prática do cortejo) implica a exclusão. Mais que isso: existe dela. Assumimos que, com maior ou menor grau de assertividade, dizeres e imagens analisados ao longo do estudo endossam problemas endêmicos do Brasil como a agressão doméstica contra mulheres, o estupro e a violência contra o gordo, o “imprestável” e o efeminado.

Diante de tais inquietações, justificamos a pertinência deste estudo pela necessidade de se trazer continuamente ao âmbito da pesquisa científica reflexões sobre os sistemas de exclusão que instituem condutas modelares de sujeitos. Esperamos que esses debates se concretizem em ações que possam amenizar efeitos de práticas discriminatórias, as quais, paulatinamente, devem ser esvaziadas.

1 CONSIDERAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS DE PESQUISA OU COMO CRIAR UMA “SABONETEIRA COM GARRAFA DE VODCA?”

E aí, galera da internet! Vocês sentiram minha falta? Depois de um período sem conseguir gravar nada, finalmente chegamos ao quinto episódio do HOMI! Nesse vídeo, você vai aprender a criar uma saboneteira líquida com uma garrafa de bebida (eu usei uma de vodca). O processo é BEM simples e, além da garrafa, você só vai precisar de um pote de sabonete líquido! Dica: na hora de comprar o sabonete, verifique se o tubo que leva o sabonete até o bico é do tamanho da sua garrafa e se o conteúdo é o suficiente para enchê-la (para a minha garrafa eu tive que comprar um pote de 1 litro) (Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=1h3zDi1_pc>. Acesso em: 20 out. 2016).¹⁵

A epígrafe do capítulo consta do item “descrição” do quinto vídeo do canal “HOMI”, do site de compartilhamento na web *YouTube*. Esses “canais” são um tipo de mecanismo que agrega os vídeos de um mesmo usuário inscrito na plataforma digital, o qual tem como objetivo conquistar fãs ou “seguidores”. Dá-se o nome de *youtuber* àqueles que profissionalmente (ou não) produzem e veiculam “conteúdos” sobre os mais variados tópicos, que podem ser desde culinária até aprendizagem de línguas estrangeiras, por exemplo. Parece não haver limites sobre os temas que possam vir interessar ao grande público ou mesmo uma fórmula pré-determinada que preveja qual será o próximo “vídeo viral” (metaforicamente, que se espalha como um vírus, ou seja, que têm milhares de acessos).

Mesmo no mar infundável a que o internauta (o navegador contemporâneo) é exposto (e se expõe) todos os dias, há possibilidades, ainda que restritas, de controle na medida em que, em sites de relacionamento como o *Facebook* e o *Twitter*¹⁶, pode-se “personalizar” o “perfil” indicando ao dispositivo técnico os gostos e as expectativas individuais. Esse processo acontece naturalmente (digitalmente, no caso) com a coleta de dados do “usuário”, o *IP* do computador conectado à internet (em que se rastreiem comportamentos dos consumidores potenciais), ou com recursos como a “curtida”, a pontuação por estrelas ou *follow* (do inglês, seguir) – a denominação e o funcionamento específico dependem do site. No caso do *YouTube*, é possível se

¹⁵ No ANEXO II do estudo, consta uma breve descrição de sequência fílmica por frames do vídeo “Como fazer uma saboneteira com garrafa de vodca?”, do canal do YouTube “HOMI”.

¹⁶ De acordo com pesquisa “*Digital in 2016*” da “*We Are Social*”, realizada ao longo do último trimestre de 2015, há, no Brasil, uma média de 45% da população ativa em redes sociais de todos os tipos. (Disponível em: < <http://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em 20 out. 2016).

“inscrever” no canal e marcar “gostei” ou “não gostei” na página (que contabiliza os dados, os quais indicarão sucesso ou fracasso).

Desse modo, o canal “HOMI”, no contexto da dispersão das mídias digitais - que agregam e direcionam lugares pré-fixados por logaritmos complexos de previsão de comportamento - constitui um ponto da teia (do inglês, *web*). É um espaço minoritário, de pouca expressão em termos quantitativos, mas que coaduna sistema de regularidade na conflituosa construção do verdadeiro sobre a(s) identidade(s) de gênero(s). O que está em análise, assim, não é uma voz individual no intrincado e mercadológico processo comunicacional. A pergunta é: o que é ser “HOMI”? De outra maneira: como e por que a construção dessa subjetividade perpassa certo rol de condutas a ponto de, na singularidade da irrupção histórica dos enunciados, fazer veicular um vídeo (de um homem para outros homens) sobre como fazer uma saboneteira utilizando uma garrafa de vodca? Estranheza que perturba a familiaridade do pensamento e abala as superfícies ordenadas do mesmo e do outro (FOUCAULT, 1987): o homem viril, barbado, que bebe cerveja e pronuncia a palavra “homem” apagando o dígrafo vocálico nasal, empenha-se em produzir ornamento doméstico, algo que, dada as condições de (co)existência enunciativa, promove movimentação discursiva no limiar entre ruptura (do que seria o espaço feminino e masculino) e manutenção (de certo ideário rigidamente estabelecido sobre o que pode ou não o homem fazer).

Tendo por base esse questionamento inicial, o objetivo do capítulo é duplo: 1) apresentar o problema de pesquisa e organização da tese e 2) demonstrar metodologicamente (delineando questões teóricas) como serão empreendidas as análises da/na língua no que tange à questão dos sentidos de masculinidade em práticas midiáticas contemporâneas, levando em consideração, em um primeiro momento, pressupostos da gramática tradicional e da semântica formal¹⁷ e, em segundo momento, da análise do discurso francesa e seus desdobramentos no Brasil erigida a partir da teoria foucaultiana. Discutimos, a seguir, a linguagem no âmbito

¹⁷ Recorremos aos princípios de análise linguística como forma de refletir sobre os limites de uma análise que não leva em conta o social e o histórico no que é discursivo. Em “Unidades do Discurso”, tópico 1.1 da “Arqueologia do Saber” (2008), Foucault estabelece que, na prática analítica, deve-se, primeiramente, 1) confiar nas unidades para compreender delas a lógica de funcionamento; em seguida: 2) apreender seus enunciados em face de suas condições de existência, singularidade e estreiteza de seu acontecimento. E só então: 3) liberar os enunciados dos “grupamentos naturais”, arbitrários e, à primeira vista, indissolúveis.

epistemológico de saberes linguísticos, bem como os princípios nocionais de *enunciado, sistemas de formação e função enunciativa*.

1.1 POR UM MODELO DE DESCRIÇÃO E ANÁLISE LINGUÍSTICA

A linguagem humana é um fenômeno extremamente complexo, visto que não há atividade ou prática social que não esteja intimamente atravessada por sistemas de significação percebidos e aceitos como tal no interior de uma cultura. Essa proposição resume em linhas gerais amplo desenvolvimento teórico que, longe de ser consensual, toma diferentes objetos de pesquisa, recortes e procedimentos de análise. Se a pesquisa versa sobre como materialidades de linguagem produzem e reverberam sentidos na confluência do histórico e do social, há que se justificar as escolhas teóricas, sob a prerrogativa de que ciência é atividade racional de processamento e interpretação que objetiva produzir conhecimento válido dispondo, para tanto, de determinados métodos de geração ou gestão dos dados (GIL, 2002). Uma pesquisa foucaultiana, *hipercrítica* segundo Veiga-Neto (2014), apresenta, contudo, uma série de especificidades.

Um primeiro modelo de interpretação da língua, que remete à tradição grega, é a gramática tradicional. De acordo com essa perspectiva, Cunha e Cintra (2008) assinalam que a linguagem é um conjunto de processos que resulta de certa atividade psíquica profundamente determinada pela vida social. A língua, por sua vez, é um sistema gramatical pertencente a um grupo de indivíduos, expressão de uma coletividade que concebe o mundo como tal e age sobre ele. Pesa, na análise, a noção constitutiva de “correto”, na medida em que “uma gramática que pretenda registrar e analisar os fatos da língua culta deve fundar-se num claro conceito de norma e de correção idiomática” (CUNHA; CINTRA, 2008, p. 5). A postura dos autores é contrária à “concepção demolidora do edifício gramatical, pacientemente construído desse a época alexandrina”, ainda que admitam a necessidade de buscar “fatores mais objetivos”.

Tomamos o dizer¹⁸ com a qual se iniciam todos os vídeos do canal “HOMI”, nesse momento o objeto de reflexão:

¹⁸ Como não se trata de uma investigação de natureza fonético-fonológica, não se consideraram os aspectos prosódicos da fala. As indicações gráficas de pontuação foram atribuídas de forma artificial em consonância às normas gramaticais do português brasileiro.

(1) “E aí, galera da internet! Meu nome é Bruno Cardoso e eu sou HOMI”.¹⁹

Uma investigação dessa natureza separaria as unidades possíveis na combinação de palavras que constitui a frase, isto é, a “unidade mínima de comunicação”, parte que apresenta “sentido completo” (CUNHA; CINTRA, 2008). Existem duas: a primeira (2) “E aí galera da internet!” e a segunda (3) “Meu nome é Bruno Cardoso e eu sou HOMI”. A primeira é composta de uma expressão idiomática com valor de interjeição²⁰ acrescida pelo vocativo “galera da internet”, que marca o interlocutor a quem o produtor do vídeo se dirige.

Já a segunda frase (3) é composta por duas orações, ou seja, trata-se de um período composto, o qual deve ser assim segmentado para análise sintática: (4) “Meu nome é Bruno Cardoso”; (5) [...] “e eu sou HOMI”. A relação entre as duas orações é de relativa independência de sentido o que, em gramática tradicional, denomina-se de “coordenação”, cujo síndeto, o elemento de ligação, é, no caso, a conjunção aditiva “e”. O verbo “ser” está conjugado em (4) na terceira pessoa do singular (representado pelo pronome pessoal “ele”), ao passo que em (5) o verbo está na primeira pessoa do singular (representado pelo pronome pessoal “eu”). Apesar de se tratar da mesma pessoa (o indivíduo Bruno Cardoso), o verbo (que, nesse caso, denota “estado”) está conjugado de maneiras distintas em função de se tratarem de dois diferentes sujeitos (em (4) “meu nome” e em (5) “eu”), mas, paradoxalmente, não de dois indivíduos.

A categoria de sujeito em gramática tradicional é dicotômica à de predicado - o sujeito é o ser sobre o qual se faz uma declaração ao passo que o predicado é tudo aquilo que se diz sobre o sujeito. Há uma base referencialista de análise na medida em que a linguagem é sempre a indicação da exterioridade, de uma realidade concreta objetiva que pode ser segmentada, separada por partes, examinada metodicamente

Ainda assim, vale ressaltar que o adjetivo “HOMI” é forçosamente desnasalizado, ou seja, o último fonema /en/ torna-se /i/. Essa percepção é confirmada com o quadro de abertura do vídeo que, por escrito, apresenta a palavra “HOMI” em letras maiúsculas ao lado de um rosto masculino barbado em traços icônicos. Ademais, uma leitura possível indica que certos falares brasileiros se associam à virilidade numa acepção estereotipada, como é o caso do nordestino e talvez do gaúcho. Sobre a constituição da virilidade no Brasil rural, ver Shnoor (2013).

¹⁹ A disciplina de investigação determina o nome do objeto de estudo: *frase*, na gramática; *sentença*, em semântica formal. Como fica clara ao longo do capítulo, vinculamos o estudo à perspectiva discursiva em Foucault (2008), a qual trata do *enunciado*.

²⁰ Segundo Cunha e Cintra (2008), “tipo de grito vivo com que traduzimos nossas emoções” (CUNHA; CINTRA, 2008, p.605).

dos elementos menores até os maiores (no caso, fonético-fonológicos, morfológicos, sintáticos e de estilo), o que, no entanto, dificilmente ultrapassa o recorte de um parágrafo. Esse modo de racionalidade, pautado numa postura objetivista para a qual o “mundo exterior” apresenta as verdades do mundo - cabendo ao pesquisador métodos adequados para quantificá-la e, assim, descobri-las - é também o solo epistemológico de disciplinas como a semântica formal. Segundo Müller e Viotti (2011), o objeto dessa área do conhecimento é a relação da expressão linguística e a referência a situações externas da língua. Conhecer o significado de uma sentença, nesse paradigma, é, em parte, conhecer as “condições de verdade” segundo as quais dada sentença pode ser considerada verdadeira ou falsa.

As línguas humanas, assim, são *produtivas* e *flexíveis*, já que permitem produzir e compreender constantemente significados novos a partir das mesmas palavras e construções sintáticas. Isso é possível, parafraseando Müller e Viotti (2011), porque, a partir dos significados dos itens lexicais e da maneira como eles se compõem, derivamos o significado das unidades complexas. Ou seja, cada parte de uma sentença atua de forma sistemática para seu significado; em outros termos, cada parte de uma sentença contribui para as suas condições de verdade. Assim, uma vez que se assume que a linguagem fala sobre entidades, estados, propriedades e eventos concebidos/construídos externos a ela, é possível investigar o significado de uma sentença, como o exemplo (3):

(3) “Meu nome é Bruno Cardoso e eu sou HOMI”.

A primeira conclusão é a de que o indivíduo denotado pela expressão “meu nome” se chama “Bruno Cardoso”. Substituindo-se o elemento “meu nome” pelo referente adequado, logicamente se obteria uma expressão pleonástica: (i) *O nome de Bruno Cardoso é Bruno Cardoso*. Ao indivíduo denotado pela autodescrição “Bruno Cardoso” se atribui a propriedade de ser “HOMI”, dada a composição da estrutura sentencial do elemento “e”. Assim, (ii) *Bruno Cardoso é HOMI*. Há uma inversão: a propriedade do sujeito é dada no predicado em (4) (“Meu nome é Bruno Cardoso”), ao passo que em (5) ([...] e eu sou HOMI) é o sujeito que atribui propriedade ao predicado. Isso explica o porquê da referência ao mesmo indivíduo exigir verbos conjugados de formas distintas, como se examinou anteriormente. Cumpre salientar

que o pronome possessivo “meu” não tem denotação lexicalmente fixa, porque varia segundo o valor que lhe é atribuído em contexto extralinguístico.

Essas relações expressas entre conjuntos de sentenças receberam detalhada sistematização no século XVII no clássico manual *Logique ou art de penser*, mais conhecido como lógica de Port-Royal. O mesmo grupo de pesquisa também produziu uma gramática escolar que, segundo Ilari e Geraldi (2003), é complementar à lógica. Para os pesquisadores de Port-Royal, as palavras são “sons distintos e articulados de que os homens fizeram sinais para indicar o que se passa em seu espírito” (PORT-ROYAL APUD ILARI; GERALDI, 2003, p. 10). Assim, as palavras são classificadas conforme correspondem às *operações* ou *aspectos de operações mentais*, as quais são tomadas como instrumento de três operações lógicas fundamentais, a saber, conceber ideias, formular juízos e encadear juízos em raciocínios.

Como o interesse, nesse momento, é compreender a ligação sujeito-predicado em (3), a operação lógica a se considerar é a “formulação de juízos”. Expressar um juízo, segundo esse aparato teórico, é justamente estabelecer conexão entre um sujeito e um atributo (conforme a nomenclatura dos autores), isto é, construir gramaticalmente uma oração (ILARI; GERALDI, 2003) como no caso das relações entre os conjuntos “Bruno Cardoso”, “eu”, “HOMI”, “Meu nome” conectados pelo verbo “sou”, “é” e pela conjunção “e”. Para compreender como se dá essa articulação é preciso distinguir *extensão* e *compreensão*. Segundo a gramática-lógica de Port Royal, “extensão” são todos os objetos a que uma ideia se aplica ao passo que “compreensão” são todas as determinações que a ideia encerra, que não podem ser-lhes retiradas sem destruí-la. Se se considera a relação sujeito-predicado nesses termos é possível afirmar, como examinamos anteriormente, que a propriedade de ser “HOMI” é extensional ao conjunto (nesse caso, particular e não universal) de elementos “Bruno Cardoso” que é, por sua vez, compreensão do conjunto preposto “Meu nome”.

O matemático e lógico alemão Frege apresenta um enfoque diferente no que se refere ao problema de ligação sujeito-predicado ao considerar a distinção entre *estrutura semântica* e *estrutura gramatical*. Desse modo, tomam-se como exemplo três proposições (6), (7) e (8):

- (6) Bruno Cardoso é HOMI.
- (7) Eu sou HOMI.

(8) Alguém é HOMI

Ainda que (6), (7) e (8) sejam gramaticalmente equivalentes (sujeito, verbo de ligação e predicativo do sujeito), há efeitos distintos obtidos pelo uso do pronome pessoal “eu” em (7) e pelo uso do termo que opera especificação não determinada “alguém” (8) em relação à expressão referencial “Bruno Cardoso” contida no sujeito gramatical de (6). Se a oração típica de Port-Royal obtém sua coesão com a presença do verbo de ligação estrategicamente localizado entre dois nomes, em Frege, a coesão resulta do fato de que ela contém uma expressão que, incompleta, sugere preenchimento e antecipa a forma de oração acabada (ILARI; GERALDI, 2003). Uma oração como (3) “Meu nome é Bruno Cardoso e eu sou HOMI” é construída de tal modo que:

(Y) é (X) e (X) é (Z).

Desse modo, $X = X$ (como salientou-se anteriormente, *Bruno Cardoso é Bruno Cardoso*) e $X = Y$ (*O nome de Bruno Cardoso é Bruno Cardoso*) tanto quanto $X = Z$ (*Ser HOMI é propriedade de Bruno Cardoso*), considerando-se que (Y) é compreensão de (X) e (Z) é extensional a (X). Os elementos descritos como (X), (Y) e (Z) são espaços vagos, lacunas que se preenchem ao produzir linguagem. Assim, ao completar as lacunas de um predicado (constituídos por expressões e denominações) logramos expressar um pensamento, isto é, um conteúdo que poderá revelar-se verdadeiro ou falso no confronto com os fatos. Parafraseando Ilari e Geraldi (2003), se os predicados são entidades indefinidas do ponto de vista da verdade, a oração acabada expressa as “condições de verdade”. Verdade que é, sob tais prerrogativas, linguisticamente marcada e contextualmente verificável.

Esses dois breves exercícios de análise sob a envergadura normativa e lógica permitem que se elabore uma discussão sobre o funcionamento dos elementos da superfície linguística, isto é, como o engendramento dos elementos constituintes compõe uma descrição verdadeira do que se enuncia no vídeo, pelo menos no que diz respeito ao recorte (2) “Meu nome é Bruno Cardoso”. A construção do significado jurídico-legal do nome próprio está posta de forma bastante direta. Há, contudo, profunda opacidade em (3), o recorte extensional “(...) e eu sou HOMI”.

Pergunta-se sobre essa construção consagrada e tida como o normal do português (sujeito e predicado): por que a palavra que dá título ao canal do *YouTube*

está grafada de forma equivocada em relação à forma dicionarizada “homem”? Por que há necessidade de se afirmar o gênero (biológico, sexual, identitário) tanto quanto o nome, que por si só permitiria o reconhecimento do indivíduo que fala (o qual deseja “publicizar” o conteúdo para angariar fãs)? Novamente: o que é ser HOMI?

Cada abordagem científica responde a uma série de fenômenos ao passo que, inevitavelmente, não fornece explicação para outros tantos. O questionamento sobre a análise dos dados em gramática tradicional (normas do bem falar) e em semântica formal (cálculo do significado) tem por objetivo, de forma introdutória, mostrar que ambos os modelos, em vistas do problema de pesquisa, não fornecem explicações satisfatórias²¹. À continuidade, tendo em vista a problemática sobre como se constrói a produção da subjetividade linguisticamente marcada em produção de linguagem midiática contemporânea, urge a necessidade de se buscar procedimentos que elucidem a nomeação “HOMI” – que não é um erro ortográfico de escrita do *youtuber* ou uma categoria lógica de agrupamento que possa ser descrita, de forma satisfatória, no sistema, pelo sistema.

1.2 O PROBLEMA DA REFERÊNCIA NA RELAÇÃO PALAVRA/COISA

As múltiplas camadas de sentido que recobrem o adjetivo “HOMI” do exercício de análise linguística anterior apontam para uma discussão decisiva nos estudos da linguagem, que pode ser formulada nos seguintes termos: deve-se tomar a segmentação do mundo em classes na ordem do “já dado” ou do “construído”? A assunção da hipótese segundo a qual a realidade externa é pré-determinada em termos de referência implica na aceção de que o homem tem acesso direto ao mundo, independentemente de quaisquer filtros interpostos pela sua inserção sócio-histórica ou cultural. De acordo com essa perspectiva, as línguas naturais seriam como nomenclaturas apenas às coisas de um mundo preliminarmente discretizado e recortado (PIETROFORTE, LOPES, 2011).

A tessitura filosófica de um argumento como esse remete à Grécia Antiga de Platão, de Aristóteles e dos sofistas e às questões fundamentais: as “coisas” têm uma essência física que as transcende? Há verdades eternas? O homem pode ser a sede

²¹ O que não significa que essa seja uma crítica às abordagens que bem respondem às suas próprias questões e produzem conhecimento válido.

de conhecimentos universalmente válidos? Segundo Martins (2005), essas indagações podem ser respondidas de acordo com três paradigmas distintos, os quais constituem a fundamentação do entendimento da linguagem no solo fundador grego. Os três “caminhos” são: o realismo, que identifica parcelas da realidade; o mentalismo, que representa acontecimentos na forma de “imagens mentais”, e, por fim, o pragmatismo, que se pauta em usos culturais.

Para Martins (2005), a ascendência desses paradigmas advém da emergência do “pensamento racional” ante o *thauma* (o espanto, a admiração, o assombro, o “começo de todos os saberes”). Esse “caminho racional”, em se tratando de linguagem (prioritariamente a questão do sentido), bifurcou-se em dois: o socrático e o sofista²². O caminho socrático tem como pressuposto que a verdade é essencial, ou seja, existe aquém da opinião dos homens e, portanto, não é ilusória e nem consensual. Sob essa ótica, Platão, discípulo de Sócrates, formulou a “Doutrina das Formas”. De acordo com a explicação do filósofo, há dois “mundos”: o “mundo sensível” e o “mundo inteligível”. Enquanto o primeiro se centra nas aparências, no corpóreo, naquilo que é imperfeito e mutável, no outro, reside o invisível, o perfeito e o eterno. Citamos o exemplo trivial da cadeira. Há uma cadeira de madeira em um cômodo; ela tem quatro estruturas que a mantêm firme sobre o chão (os “pés”), um encosto e, entre as duas estruturas, uma placa em que podemos nos apoiar sentados. Essa cadeira um dia irá acabar: quebrará ou apodrecerá com o tempo - esse é o aspecto “sensível” (mutável e imperfeito). Já a noção do que seja uma cadeira existe para além desse mero objeto e continuará intacta com o passar do tempo. Esse é o aspecto inteligível (eterno e perfeito).

As palavras – e a linguagem –, para Platão, cumprem o papel de representar as coisas a que elas remetem em uma relação biunívoca e objetiva de palavra/coisa. Como toda representação, está na esfera do “sensível” e, portanto, não corresponde às verdades universais, alcançáveis somente por meio da introspecção. Parafraseando Martins (2005), Aristóteles, por seu turno, manteve a crença de que “as verdades perenes prevalecem sobre os consensos voláteis”, mas recusou a

²² Como ressaltou Perine (2002), a oposição rígida entre o pensamento lógico/racional e o pensamento simbólico/mítico é frágil. Parafraseando o autor, mesmo Platão, que a partir do livro II de “A República” sugere o banimento da mitologia dominante (sedimentada desde Homero) em nome do estabelecimento do Lógos, recorre frequentemente ao mito porque reconhece que uma sociedade, mesmo que governada por filósofos, tem necessidade de uma realidade única que lhe possa dar coesão, ou seja, um saber partilhado e implícito que mantém certa identidade e a expressa na forma de cantos, relatos e histórias.

doutrina das formas. Para ele, “o que existe na voz é o símbolo das afecções da alma” de modo que as palavras (base estável para articulação racional do pensamento) representam algo do “interior do homem”. A verdade essencial para Aristóteles decorre da vivência e da apreensão racional do mundo na forma de imagens mentais²³. O que essas duas concepções têm em comum é que as palavras são concebidas como entidades objetivas e instrumentos para falar das coisas. Ambas defendem que existem verdades que independem dos consensos, no entanto, discordam em relação ao modo de se obter essas verdades essenciais. O realismo platônico sugere a introspecção filosófica que conduz ao “mundo das ideias”, ao passo que o mentalismo aristotélico aposta no que é empírico, no que é dado pela vivência.

A terceira linha de pensamento se opõe aos ensinamentos dos filósofos socráticos. Para o pragmatismo, o “discurso é o grande soberano” (como dizia Górgias), tendo em vista que não existe nada além do que a linguagem diz que é. Em outras palavras, a tese radical é a de que é impossível estabelecer verdades universalmente válidas com relação às circunstâncias concretas, contingentes e variáveis da experiência humana. Essa concepção é creditada aos sofistas, os professores de retórica da Grécia Antiga, que promoviam o domínio das técnicas de persuasão, de modo a alcançar a “adesão dos espíritos”. Reboul (2004) afirma que utilizar a língua para persuadir é anterior à história da retórica e a qualquer história, mas é possível localizar a sistematização do pensamento sofístico a partir do ano de 465 a. C., na Sicília, com vistas ao “discurso judiciário”, principalmente em Córax.

O mote da época era “transformar o argumento mais fraco no mais forte” e, dessa forma, ganhar até as causas menos defensáveis. O exercício da linguagem, de suma importância aos modelos precursores da democracia contemporânea, assim, era capaz de criar inocentes e culpados por meio de torneios linguísticos de verossimilhança entre noções, conforme as acusações dos platônicos. Entrementes, Górgias, no que concerne ao “discurso literário”, questionou até que ponto “estar a serviço do belo é estar a serviço da verdade”, tendo em vista que a linguagem não representa um real autônomo que previamente se dá a conhecer e Protágoras levou a experiência do relativismo ao extremo ao afirmar que “o homem é a medida de todas as coisas” (REBOUL, 2004, p.8).

²³ Aristóteles tratou também das outras potencialidades da linguagem, ainda que fossem consideradas de menor importância. São elas: a persuasão (a Retórica) e a beleza (a Poética) (REBOUL, 2004).

Dessa maneira,

Não havendo possibilidade de acesso ao real, o que a linguagem diz então são as próprias opiniões ou impressões dos homens – opiniões em torno das quais se formam os consensos, que por sua vez responderiam pela estabilidade da linguagem. [...] O que uma expressão vem a significar é algo mutável, que se institui no próprio curso das nossas práticas, no entrelugar deixado pela não-fixidez de nossas crenças e pelo potencial persuasivo e mesmo demiúrgico da linguagem (MARTINS, 2005, p.452 - 453).

Fica claro que a questão do significado constitui uma interrogação permanente dos estudos da linguagem. Essa reflexão pode ser delineada historicamente nos comentários de São Tomás de Aquino à obra aristotélica sob a forma de oscilação entre os três vértices de um triângulo: *vox* (palavra), *conceptus* (conceito) e *res* (coisa). Se as expressões apontam para conceitos situados fora dela e concebidos como independentes deste ou daquela língua natural, isso quer dizer que tais conceitos são universais, logo imutáveis para todo e qualquer ser humano, pouco importa qual a cultura em que tenha sido criado. Assim, se os conceitos são garantidos pelas coisas do mundo (os referentes) e é preciso, então, assumir que o mundo é o mesmo para todos (PIETROFORTE, LOPES, 2011).

Sob esse raciocínio, há que se admitir que só havendo um “mundo real” a verdade, dada em termos de “condições de verdade”, é conseqüentemente coisa única. Esse postulado tem como consequência esvair do estudo da língua/linguagem significados “particulares”, que aparecem como desprovidos de pertinência para compreensão do sentido ou, mais ainda, como uma aderência metafísica (palavra/coisa) que a teoria da linguagem adotaria sem hesitação (PIETROFORTE, LOPES, 2011). A contraparte dessa concepção, a sofística, afirma que a linguagem, longe de precisar se atrelar a algum referente-coisa no mundo, cria por si própria um mundo único e ôntico²⁴. “Mundo único e ôntico” o qual propicia as condição de (co)existência, de possibilidade e de emergência que fazem circular, em vídeos do *YouTube*, nomeações como “HOMI”, absolutamente obscuras se examinadas à luz do enfoque lógico-gramatical referencialista.

²⁴ “Existente: distinto de ontológico que se refere ao ser categorial, isto é, à essência ou à natureza existente” (ABBAGNANO, 2007, p.727).

De acordo com Oliver Reboul (2004), a tradição socrática suplantou a arte retórica. Isso se deve a uma série de circunstâncias históricas: por exemplo, Descartes, em sua filosofia, chamou de falso tudo que é verossímil; o positivismo de Comte apoiou-se estritamente na “verdade científica” e a estética romântica propagou o ideal de sinceridade. À filosofia não essencialista, assim, atribui-se rótulo de “mentira”, tanto que a retórica desapareceu no século XIX e o termo “sofisma” tornou-se espécie de difamação. Eis a iminência da “solenidade da origem” das pesquisas continuístas que, assumindo paradigma essencial, estabelecem, sem espaço para crítica, jogo contrastivo de certo e de errado. E se acusarem de relativismo, afirma Eco (2013), é exatamente isso que a pesquisa que não se dirige à “descoberta” da verdade é. Conforme recitou Xenófanes de Colofonte, um dos filósofos pré-socráticos: “Mas se mãos tivessem os bois e os cavalos e os leões e pudessem com as mãos desenhar e criar obras como os homens, semelhantes aos cavalos o cavalo representaria os deuses, e o boi semelhantes aos bois, e lhe dariam corpos como os que eles mesmos têm”. (Clemente de Alexandria, *Tapeçarias*, v. 110 APUD ECO, 2013, p. 14).

Na sequência, há uma discussão sobre a descrição arqueológica de enunciados segundo a teoria foucaultiana. Alternativa à gramática e à lógica, o movimento de leitura pressupõe a dinâmica articulação da história com a língua em processos de emergência, delimitação e especificação de objetos, dentro os quais, segundo aponta a prática analítica, os múltiplos sentidos de “HOMI”.

1.3 RACHAR AS COISAS, RACHAR AS PALAVRAS: A ARQUEOLOGIA FOUCAULTIANA

A compreensão dos sistemas de produção e de circulação dos sentidos culturalmente construídos, inscritos em materialidades de linguagem (no cerne de toda e qualquer prática social), provém de um profundo deslocamento em relação à forma pela qual o historiador (o linguísta ou o analista do discurso) produz conhecimento válido acerca do “real” ou, ainda, como questiona as condições do exercício da verdade em jogos de saber e de poder. Essas discussões sobre os limites do estruturalismo (saussuriano) e desenvolvimento da chamada micro-história se desenvolveram na França na década de sessenta, período de profunda agitação intelectual.

Segundo Foucault (2008), a atenção dos historiadores tradicionais se voltou, preferencialmente, aos longos períodos como se, sob as peripécias políticas e seus episódios, eles se dispusessem a desvelar os equilíbrios estáveis e difíceis de serem rompidos, as regulamentações constantes, os processos irreversíveis e os fenômenos tendenciais que culminavam em “continuidades seculares”. Fazer história, sob tais prerrogativas, é conduzir uma análise dos “grandes blocos imóveis e mudos” que o emaranhado das narrativas sobre grandes homens e grandes feitos “recobre com densa camada”. Essa é uma dura crítica à chamada “história global” (ou tradicional), pois, para o filósofo, tão somente se confirma em “documentos” aquilo que já se pressupõe (talvez erroneamente) acerca de um objeto (nesse caso, uma época, um bloco estanque e homogêneo):

Parece-me que, até o século XX, a análise histórica teve essencialmente por finalidade reconstruir o passado dos grandes conjuntos nacionais, conforme os quais a sociedade industrial capitalista se dividia ou se agrupava. Após os séculos XVII e XVIII, a sociedade industrial capitalista se estabeleceu na Europa e no mundo conforme o esquema das grandes nacionalidades. A história teve por função, no interior da ideologia burguesa, mostrar como essas grandes unidades nacionais, das quais o capitalismo necessitava, vinham de longa data e tinham através de diversas revoluções, afirmado e mantido sua unidade [...] A história era uma disciplina graças a qual a burguesia mostrava, de início, que seu reino era apenas o resultado, o produto, o grupo de uma lenta maturação e que, nessa medida, esse reinado era perfeitamente justificado, já que ele vinha desde a bruma dos tempos [...] (FOUCAULT, 2005, p. 286).

Foucault, na “Arqueologia do Saber” (2008), em resposta às críticas que recebeu em trabalhos anteriores²⁵, explica como conduzir uma análise alternativa à “história global”, denominada por ele de “história serial”. A premissa inicial do projeto de uma “teoria geral da descontinuidade” - a qual se relaciona à sofística e à filosofia da linguagem não essencialista - é que o analista deve se desvencilhar de conceitos-fetice (que nada dizem) como “tradição”, “influência”, “evolução”, “mentalidade”,

²⁵ Livro base para desenvolvimento do capítulo, a “Arqueologia do Saber” (2008) é uma resposta aos críticos de Foucault com os quais ele frequentemente dialoga: “Você não está seguro do que diz? Vai novamente mudar, deslocar-se em relação às questões que lhe são colocadas, dizer que as objeções não apontam realmente para o lugar em que você se pronuncia? Você se prepara para dizer, ainda uma vez, que você nunca foi aquilo que era você se critica? Você já arranja a saída que lhe permitirá, em seu próximo livro, ressurgir em outro lugar e zombar como o faz agora: não, não, eu não estou onde você me espreita, mas aqui de onde o observo rindo” (FOUCAULT, 2008, p. 19).

“livro”, “obra” e “sujeito fundante”. O motivo é que esses termos-conceitos são sínteses acabadas e aceitas enquanto tal, antes de qualquer exame. Os documentos, que guardariam a verdade sobre as coisas, devem ser “monumentalizados”. Isto é: se essa verdade (que não é óbvia ou mesmo cabal, pois se dá em “regimes de dizibilidade”) está presente nas fontes historiográficas, não cabe uma atitude passiva do pesquisador, que consulta um tratado para dele apreender as respostas. Foucault (2008) propõe uma atitude investigativa como de quem vai ao museu e examina atentamente as peças da exposição, buscando compreender d/nelas o “jogo de sua instância”, desvelando a “fratura das palavras manifestas”.

Esse movimento intelectual não corresponde a um gesto fundador de Foucault, uma vez que a distinção de documento/monumento, de Le Goff, é anterior à Arqueologia do Saber (2008); o pressuposto de “vontade de verdade” foi desenvolvido por Nietzsche e a desconfiança em relação aos saberes pretensamente “verdadeiros” nas ciências naturais e biológicas é uma apropriação, em partes, das teorias de Bachelard e Canguilhem (MACHADO, 2006). Vale salientar, no entanto, que foi Foucault que, ao recusar as premissas da história tradicional, desenvolveu uma teoria consistente de análise dos fatos linguísticos a qual permite compreender as redes de relações entre domínios, instituições, acontecimentos políticos, práticas e processos econômicos que, em confluência, estabelecem “formas de veridicção”, isto é, formas de se conceber o verdadeiro da época. A investigação corresponde à inquietude do diagnóstico do presente, que tem como questionamento base a máxima: “Quem somos nós hoje?”. Essa postura estabelece relações com o humanismo kantiano que, levado às últimas consequências, se desfaz e se esvanece (CASTRO, 2014). O sujeito não pode ser o portador último das suas vontades, assim como a língua não é o espelho do mundo, pois, do contrário, não haveria desentendimentos ou diferenças culturais: uma cadeira seria sempre uma cadeira, assim como a paz para um, não seria a guerra para o outro.

Na abertura do livro “As palavras e as coisas”, Foucault (1999) retoma a enciclopédia de Borges, um tratado peculiar que classifica os animais em categorias como “pertencentes ao imperador”, “domesticados” e “desenhados com pincel muito fino de pelo de camelo”. Com esse exemplo jocoso, discute-se uma questão profunda: as verdades são contingentes e os objetos dos quais tratamos na e pela língua não têm uma existência anterior (essencial, ideal, segundo a tradição socrático-platônica),

pois se fundam no próprio exercício da linguagem. Esse “nó numa rede associativa” não acontece de forma caótica, mas corresponde a uma ordem: não é qualquer um, em qualquer lugar que pode dizer qualquer coisa. Das relações de poder (conceito ressignificado em relação ao quadro ortodoxo da teoria marxista e da teoria hobbesiana) deriva o pressuposto segundo o qual “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar” (FOUCAULT, 2005, p. 10).

É trabalho árduo tratar de qualquer questão de acordo com esse viés, porque os conceitos sólidos (como se tratou anteriormente, “evolução”, “tradição”, “espírito do tempo”, “pensamento”, etc.) que fundam os modos de definir a história do homem no ocidente não resistem à descrição de enunciados foucaultiana (2008), que recusa continuidades. Nas fissuras dos grandes blocos imóveis, nos interstícios das verdades constituídas sobre os objetos, nas margens do discurso que nomeiam e definem as coisas é que se poderá vislumbrar o funcionamento das práticas discursivas que governam a possibilidade de formulação, circulação e apropriação dos discursos. Parafraseando Veiga-Neto (2014), a crítica foucaultiana é *hipercrítica* (crítica da crítica), pois está sempre pronta a se voltar contra si mesma para perguntar sobre as condições de sua própria racionalidade. É, nesse sentido, cética e incômoda: ela mais pergunta - até mesmo sobre si mesma - do que explica. Ela torce e se retorce sobre ela mesma, revisando-se e desconstruindo-se todo tempo. Em outras palavras, ao invés de tomar a forma de uma explicação de por que motivos devemos recusar os limites do presente, essa crítica é uma análise dos nossos próprios limites.

Em conferência intitulada “Verdade e Subjetividade” (1993), Foucault define seu projeto filosófico como “genealogia do sujeito moderno”. Para o filósofo, nos anos que precederam a segunda guerra mundial, a França era dominada por “filosofia do sujeito”, i. e., que vê no sujeito a fundação de todo o conhecimento e o princípio da significação e transcendência do ego. Dentre as causas, a filosofia, naquele contexto, tinha começado com Descartes e, portanto, só poderia ter adotado um modo cartesiano. Mas também, para Foucault (1993), o absurdo das guerras e do despotismo parecia impor ao sujeito individual o sentido das suas escolhas essenciais. Essa ênfase procedeu a dois paradoxos: 1) a filosofia da consciência não foi capaz de fundar uma filosofia do conhecimento; 2) a filosofia do sentido foi incapaz de levar

em conta os mecanismos de formação de significação e as estruturas de sistemas de sentido. Foucault (1993) afirma que:

Esforcei-me por sair da filosofia do sujeito por meio de uma genealogia que estuda a constituição do sujeito através da história, a qual nos levou à moderna concepção do eu. Nem sempre esta foi uma tarefa simples, visto que muitos historiadores preferem uma história dos processos sociais em que a sociedade desempenha o papel do sujeito e muitos filósofos preferem um sujeito sem história. Isto não me impediu nem de usar o mesmo material que usaram certos historiadores sociais nem de reconhecer a minha dívida teórica para com esses filósofos que, tal como Nietzsche, colocaram a questão da historicidade do sujeito (FOUCAULT, 1993, p. 205).

Esse projeto, assevera Foucault (1993), dedica-se a uma história das ciências que, em certa medida, é uma história regressiva que procura descobrir as práticas discursivas, institucionais e sociais a partir das quais irromperam. Procura-se descortinar o ponto em um discurso emergiu e passou a ser visto como verdadeiro. Em suma, a finalidade do projeto é “construir uma genealogia do sujeito. O método é uma arqueologia do conhecimento e o domínio exato da análise é aquilo que se daria o nome de tecnologias. Significando isto a articulação de certas técnicas e de certos tipos de discurso acerca do sujeito” (FOUCAULT, 1993, p. 206).

Castro (2014) resume as relações entre os saberes, os poderes e a constituição de uma ética de si numa única problematização que orientou todo empreendimento de Foucault: “como foi possível o que é?”. Em certo sentido, essa é uma indicação metodológica da análise do discurso foucaultiana: há que se cavar até encontrar as “gêneses históricas” que relacionam um objeto ao que se diz que ele é (regulado por regimes de verdade) sabendo que a origem, nos meandros da experiência multifacetada e absolutamente complexa do homem, é irrecuperável, porque a “chave universal”, o “segredo de todas as coisas” sequer existe, senão como discurso. Segundo Deleuze (1992), não se busca origens perdidas ou rasuradas, mas se pega as coisas de onde elas crescem, pelo meio: “rachar as coisas, rachar as palavras”. (DELEUZE, 1992, p. 109). Pesa, na análise, as condições de (co)existência, de possibilidade e de emergência de séries enunciativas que “caminham juntas” em uma mesma direção como é o caso, por exemplo, da relação, aparentemente tão firme e forte, entre os conceitos de homem, de virilidade e de dominação. Não é uma relação natural (biológica), óbvia ou psicológica; é construída, é histórica.

1.4 ENUNCIADOS NA TRAMA DA HISTÓRIA: O DISCURSO E OS SISTEMAS DE FORMAÇÃO

Como considera pouco produtivas as categorias continuístas listadas anteriormente de livro, obra, autor, etc., Foucault (2008) estabelece outros princípios de regularidade que caracterizam o discurso. O filósofo chama de “formação discursiva” (doravante, FD) certo número de enunciados com semelhante sistema de dispersão, ou seja, com similares objetos, sujeitos, conceitos e escolhas estratégicas. Cada um desses itens será descrito a seguir. O primeiro sistema de formação é o dos *objetos*. Para Foucault (2008), *o discurso funda os objetos dos quais ele mesmo trata*; isso quer dizer que não existe um a priori estanque de representações entre palavras e coisas: ao contrário, há condições de emergência que devem ser examinadas em suas *especificidades*: a universalidade generalizante metafísica é sumariamente descartada, tal o ceticismo do filósofo, como assinala Veyne (2011). Não existe louco, antes que se fale sobre loucura; não existe patologia mental antes que se defina o que patologia mental é (a qual é sustentada por um saber verdadeiro, clínico). A apreciação do analista, assim, é a de quem busca compreender os laços (as relações de sentido), rompendo-os, reorganizando-os, desconfiando dos próprios grupamentos/ unidades.

Nesse sentido, é preciso acentuar que linguagem não é simples entrecruzamento de referências, algo que cabalmente marca uma posição contrária em relação à discussão do tópico anterior. Trama obscura das coisas, cadeia manifesta das palavras, o discurso é estreita superfície de contato, ou de confronto, entre *uma* “realidade” e a língua. Parafraseando Foucault (2008, p. 55), ao analisar os discursos, vê-se desfazerem-se os laços aparentemente tão fortes entre as palavras e as coisas, destacando-se, assim, um conjunto de regras, próprias das práticas discursivas. Essas regras definem não a existência muda de uma realidade, não o uso canônico de um vocabulário, mas o *regime dos objetos*.

Já a *modalidade enunciativa*, segundo o sistema de formação, refere-se à constituição da subjetividade que, diferente da noção em gramática tradicional, não se trata de uma posição sintática na superfície da língua ou, segundo a semântica formal, a referência a um indivíduo/entidade exterior. As três perguntas norteadoras no delineamento dos modos de se enunciar são: 1) Quem fala? (estatuto do discurso como, por exemplo, médico, psicanalista, professor, etc.); 2) De onde se fala? (em

que pesam os lugares institucionais de onde se obtém o discurso como, por exemplo, o hospital, a clínica, a escola, etc.); 3) Qual a situação que o sujeito pode ocupar em relação aos diversos domínios ou grupos de objetos? (dependendo de onde se fala, o mesmo dizer provocará efeitos de sentido distintos). O discurso, assim concebido, não é a manifestação majestosamente desenvolvida de um sujeito que pensa, que conhece e que diz: é um conjunto em que podem ser determinadas a dispersão e descontinuidade do sujeito em relação a si mesmo, uma vez que, socialmente, um mesmo indivíduo ocupa, por exemplo, ora o papel de pai, ora cliente, ora advogado, enfim. É espaço de exterioridade em que se desenvolve uma rede de lugares distintos²⁶, posições vazias, não expressão transcendental ou cognoscente do indivíduo (FOUCAULT, 2008).

Como um conjunto de enunciados que “caminham juntos”, o discurso não é neutro, independente e alheio à exterioridade histórica (o que não significa que ele seja referência direta ao mundo exterior): existem campos de existência e dados domínios do saber onde eles emergem e circulam. A essa organização de “campos de enunciados” que (co)existem, Foucault (2008) dá o nome de *conceito*, o terceiro sistema de formação. Os elementos em análise são bastante heterogêneos (instituições, acontecimentos políticos, processos econômicos, disposições arquitetônicas, etc.). Alguns constituem regras de construção formal; outros, hábitos retóricos; alguns definem a configuração interna de um texto; outros, os modos de relações e de interferência entre textos diferentes; alguns são característicos de uma época ao passo que outros têm origem longínqua. No entanto, o que os faz pertencer a uma mesma formação discursiva é a maneira pela qual esses diferentes elementos estão concatenados uns aos outros. Esse feixe de relações (de atribuição, articulação, designação e/ou derivação) é o que constitui um dado sistema de formação conceitual (FOUCAULT, 2008), condição constituinte da prática discursiva.

A descrição de semelhante sistema não se vale de uma definição direta e imediata dos próprios conceitos, mas sim dos esquemas (de seriação, de

²⁶ Afinal, como estabeleceu Foucault, em palestra de 1967, intitulada “De outros espaços”, “Nós vivemos na época da simultaneidade: nós vivemos na época da justaposição, do próximo e do longínquo, do lado-a-lado e do disperso. Julgo que ocupamos um tempo no qual a nossa experiência do mundo se assemelha mais a uma rede que vai ligando pontos e se intersecta com a sua própria meada do que propriamente a uma vivência que se vai enriquecendo com o tempo” (FOUCAULT, 1967, p. 77). São distintos lugares: discursivos, geográficos e, acrescenta-se, digitais (cf. discussão do capítulo 2).

grupamentos simultâneos, de modificação linear ou recíproca) pelas quais os enunciados podem estar ligados uns aos outros em um tipo de discurso. Assim como a categoria de “objetos” substitui a referencialidade e a de “modalidade enunciativa” aprofunda o simplismo da individualidade psicológica, a categoria de “conceito” implica problematizar universais antropológicos (os “pacotes” continuístas) como “ideia” e “mentalidade”.

Por seu turno, certas organizações de conceitos, grupamento de objetos e tipos de enunciação relativamente estáveis (ainda que isso seja também um efeito de sentido) quando do exercício da linguagem não ocupam toda “constelação discursiva” possível. Estabelecem-se limites que regulam as possibilidades do discurso em termos de temas e de teorias. Foucault (2008) denomina esses “temas e teorias” de *estratégias*, o último sistema de formação. Esse princípio analítico foi basilar para o desenvolvimento dos livros anteriores do filósofo, “O Nascimento da Clínica” e “As palavras e as coisas”, os quais ele retoma (direta e indiretamente) na “Arqueologia do Saber” (2008). Enquanto no primeiro estudo, Foucault se detém às mutações da percepção do olhar médico que perpassa a apreciação moral sobre o doente mental, afirmando-se conhecimento científico (a própria verdade); no segundo, ele se detém ao “nascimento do homem” nas ciências humanas, cujas *epistemes* respaldam campos teóricos aparentemente tão díspares como a gramática (o homem fala), a análise de riquezas (o homem gasta) e a história natural (o homem vive) que se convertem em filologia, economia e biologia, dado estado da constituição de saberes. Nesses dois casos, há sistemas articulados de objetos, enunciações, conceitos e escolhas teóricas, cuja existência pressupõe larga reconstituição histórica sobre engendramento dos saberes, no exercício do poder.

Há um paradoxo no estabelecimento dos grupamentos *objeto*, *modalidade enunciativa*, *conceito* e *estratégia*. Não seriam eles tão reducionistas quanto “livro” e “obra”? Com base em três argumentos, Foucault (2008) afirma que *não*: 1) os sistemas de formação não são blocos justapostos de elementos heterogêneos; 2) os sistemas de formação não são blocos imóveis rígidos (imunes à história e ao deslocamento); 3) os sistemas de formação não constituem a etapa final de análise dos discursos, pois “atrás da fachada visível do sistema, pressupomos a rica incerteza da desordem” (FOUCAULT, 2008, p.85).

Conforme a discussão, o fazer histórico e filosófico de Foucault (2008), que é também um fazer linguístico, pauta-se na recusa de uma série de conceitos já estabilizados como “pensamento” e “mentalidade”. O discurso, assim, “monumentaliza” os “indícios” à disposição do pesquisador. Nega-se, por isso, às materialidades o *status* de documento, uma vez que as respostas não são dadas a priori: “arqueologia” significa escavar, isto é, procurar, investigar, refletir sobre como e por que as coisas são como elas são e, principalmente, qual estado da constituição de saberes possibilitou que elas assim o fossem. Uma vez que se definiu, em linhas gerais, a natureza dos sistemas de formação do discurso, é momento de retomar o questionamento norteador do capítulo e, com isso, exemplificar o engendramento do linguístico e do histórico (que é sociocultural) no estabelecimento do movimento de leitura.

1.5 SOBRE SER “HOMI”: PROBLEMA DE PESQUISA E ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO

Como discutimos anteriormente, a arqueologia abandona antigos grupamentos como “livro”, “obra”, “sujeito falante” e trabalha com o discurso. Discurso não é, para Foucault (2008), acúmulo de fontes historiográficas ou porções de textos. É um conjunto de enunciados que pertencem a uma mesma formação discursiva (“formação”, da metáfora militar, significada um destacamento de soldados que caminham juntos em uma mesma direção). Foucault constrói possibilidades de uma constituição do conceito de FD, que se define em determinados postulados: 1) sistema de emergência de *objetos* em comum; 2) similar distribuição dos *modos enunciativos*, 3) posicionamento e dispersão de *conceitos* afins e 4) desenvolvimento de *escolhas estratégicas* (temáticas e teóricas) equivalentes.

Por seu turno, enunciado é o elemento último, indecomponível, suscetível de ser isolado em si mesmo e capaz de entrar em jogos de relação com outros elementos (“um grão na superfície de um tecido”) em planos de repetição e em formas de acúmulo, o “átomo do discurso”²⁷ (FOUCAULT, 2008, p. 90). Se o enunciado é unidade elementar do discurso, quais são seus traços distintivos? Quais são os limites

²⁷ Essa já não é uma metáfora “perfeita” haja vista que, na constituição de saberes das ciências ditas naturais, sabe-se que o átomo pode ser dividido em elementos ainda menores como elétrons, prótons e nêutrons: mais uma prova de que a constituição de saberes suporta o verdadeiro da época.

que devemos nele reconhecer? Na definição do conceito, Foucault (2008) debruça-se sobre as seguintes hipóteses: 1) o enunciado é aquele que, como a frase, tem uma estrutura gramatical coerente com um dado sistema linguístico (em português, sujeito, verbo e complementos); 2) o enunciado se sustenta em um valor de verdade a ele associado (assim, se o sujeito enuncia: “ – O atual rei da França é careca” e o rei da França atual não for careca, o enunciado perde a possibilidade de sentido); 3) o enunciado é um ato de linguagem, que provoca uma ação direta no mundo. O filósofo falseia as três perspectivas teóricas, argumentando que a gramática, a lógica e a linguística pragmática tomam o enunciado como *estrutura* quando, em realidade, ele é *função de existência* de signos que provocam efeitos de sentido conforme critérios (as regras de formação) no interior de uma formação discursiva.

Assim, o enunciado se trata de “uma função que cruza um domínio de estrutura e de unidades possíveis e que faz com que apareçam, com conteúdos concretos, no tempo e no espaço” (FOUCAULT, 2008, p. 98). Desse modo, concebemos enunciado como uma produção verbal - ou não - que efetivamente ocorreu, dispensando os exercícios de abstração de gramáticas normativas (como o exemplo pedagógico brasileiro canônico “Ivo viu a Uva”), as condições de verdade em silogismos (como “Todo homem é mortal. Sócrates é homem. Logo, Sócrates é mortal”) e a unicidade de atos ilocutórios²⁸ justapostos que constituem fórmulas repetíveis (como uma ameaça, uma ordem, uma prece).

Se é “função de existência”, é porque os enunciados, amalgamados nas tramas da história que os recobrem, “funcionam” socialmente: “o enunciado circula, serve, se esquiva, permite ou impede a realização do desejo, é dócil ou rebelde a interesses, entra na ordem das contestações e das lutas, torna-se tema de apropriação ou de rivalidade” (FOUCAULT, 2008, p. 119). Segundo Foucault (2008), é inútil procurar o enunciado junto a grupamentos unitários de signos, já que ele não é frase (como o exemplo anterior em Cunha e Cintra (2008)), sentença/proposição (como o exemplo anterior em semântica formal) ou qualquer outra forma de sucessão e permutação de

²⁸ Teoria que deriva da obra do Austin, segundo a qual “dizer é fazer”, isto é, toda produção de linguagem é tentativa de agir sobre o interlocutor e o mundo circundante. Assim, atos ilocutórios são aqueles que correspondem às diferentes ações que se podem realizar por meios linguageiros como, por exemplo, prometer, ordenar, agradecer, criticar, etc. (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008).

elementos linguísticos, mas sim o que faz com que existam tais conjuntos de signos, o que permite que essas regras e essas formas se atualizem.

O primeiro critério do exercício da “função enunciativa” é o *referente*, a correlação entre palavra e coisa. Nesse caso, há que se retomar o objeto de estudo anteriormente descrito:

(1) “Meu nome é Bruno Cardoso e eu sou HOMI”.

O adjetivo “HOMI”, que deflagra os limites das análises anteriores face à problematização proposta, segundo o movimento de leitura ancorado na perspectiva *arquegenealógica*, não é coisa manifesta no real. É expressão de uma “lei de possibilidade” própria de uma “regra de existência”, a qual permite que os objetos (criados na/pela linguagem) sejam assim descritos e nomeados. Ou seja, o valor de verdade é discursivo, não lógico. Para que a análise seja válida, ampliamos o recorte inicial. Segundo a autodescrição da página no *YouTube*, “HOMI” é “um blog e um canal focado no universo masculino que tem como objetivo compartilhar conhecimentos sobre trabalhos manuais para que todos possam ser pedreiro gourmet” (Disponível em: <<http://www.homi.com.br/>>. Acesso em 10 out. 2016). Há artigo sobre “como manter uma barba de HOMI”, assim como há vídeo que ensina a “construir horta vertical com garrafa PET ou nicho para o banheiro com caixote de madeira”, para citar dois outros exemplos.

Mais do que ensinar como se faz algo, o vídeo, cuja descrição consta da epígrafe do capítulo, é um material de entretenimento, já que a única coisa que deve fazer para obter a saboneteira com garrafa de vodca é retirar a bomba de um refil de sabonete líquido comum e encaixá-la na garrafa vazia (que, aliás, não é qualquer garrafa, mas um frasco de *Absolut Vodka*, marca facilmente reconhecida em função de seu prestígio e preço). A composição da peça importa mais do que essas instruções para definição do adjetivo “HOMI”: o apresentador é um rapaz de barba bem aparada (em “estilo lenhador”), que simula beber todo líquido da garrafa de uma só vez (além de aparecer no começo do vídeo segurando uma caneca de Chopp), que fala palavras de baixo calão (censurados pelo barulho estridente característico “pi”) ao som de arranjos musicais compostos de instrumentos como bateria e guitarra.

De acordo com esse movimento de leitura, o *sujeito enunciador* (segundo critério do exercício da “função enunciativa”) não é Bruno Cardoso, indivíduo de existência biológica e jurídico-legal. É aquele que, na materialidade do discurso, ocupa o papel do “HOMI”, o qual, por sua vez, não é uma estranheza discursiva aquém da sociedade, mas uma posição que o sujeito que assume enquanto “papel de existência histórica”. Interessante observar que o posto de um “pedreiro” como atividade essencialmente masculina (cujos desdobramentos também são históricos) é remodelada. Trata-se de um pedreiro *gourmet*. Observa-se aí o fio tensivo das relações de força no discurso.

Dadas as condições de existência enunciativa, ser HOMI é: 1) beber muito; 2) ter uma barba farta e bem aparada; 3) saber como lidar com ferramentas para consertar o que estiver quebrado em casa ou produzir bens/ornamentos e 4) ouvir músicas do estilo *heavy metal* estadunidense. Esse sistema de regularidade ilustra a terceira característica da análise: a função enunciativa não pode se exercer sem a existência de um *domínio associado*. Frases ou sentenças são teoricamente independentes, de existência livre. Já a análise dos enunciados pressupõe “campo adjacente” com o qual se estabelecem relações na confluência da rede de sentidos.

Metaforicamente, o enunciado é como uma linha em um tear constituído de uma forma e nunca de outra (não é um jogo especulativo do que teria sido, mas a materialidade do que se apresenta). Essas linhas estabelecem relações entre determinados pontos, relacionando palavras e coisas de forma que corresponda a um traçado artesanal, ou seja, um regime de verdade que define o que os objetos de discurso são (e, logicamente, também o que eles não são). Essas linhas não estão sozinhas numa malha, ligadas unicamente de um ponto a outro. No emaranhado discursivo, as margens de cada linha estão repletas de outras linhas com as quais elas estabelecem diferentes (cor)relações para dar origem aos nós de um tecido, ou seja, um dado estado da peça social. Em outros termos, as “margens” são o efeito de contexto e de memória, que motivam dada formulação e determinam os efeitos de sentido possíveis: “o campo associado [é o] que faz de uma frase ou de uma série de signos um enunciado e [é o] que lhes permite ter um contexto determinado, um conteúdo representativo específico, forma uma trama complexa” (FOUCAULT, 2008, p. 111).

É o caso do termo *gourmet*, palavra que provém do campo da gastronomia e é utilizada para se referir a pratos notavelmente elaborados e elegantes. Num movimento relativamente recente, pode-se adaptar pratos simples (ou tradicionais) para versões *gourmet*, que se tornam iguarias onerosas e especiais. Um homem viril tradicional, o pedreiro que manifesta sua virilidade pela força de construir, carregar, montar e demolir é remodelado, transformado, repaginado, ainda que não perca suas características fundamentais de masculinidade (algo que outro adjetivo como “chique”²⁹ talvez o fizesse). Desse modo, o campo da definição de gênero é atravessado por palavra afrancesada que caracteriza comida de alta qualidade. O discurso apresenta regularidade que pretende manter *uma* verdade, tida como a verdade.

Foucault (2008) afirma que não existe enunciado livre, neutro e independente. O enunciado sempre faz parte de uma série ou de um conjunto, desempenhando um papel no meio dos outros, neles se apoiando e deles se distinguindo: ele se integra a um jogo enunciativo. O discurso, nesse sentido, não se manifesta no mundo das ideias platônico (a doutrina das formas) ou em qualquer outro modo de existência metafísica; ao contrário, o último critério que define a função enunciativa, pressupõe que o discurso toma forma, corpo e matéria em um dado suporte, uma *materialidade repetível*. Sobre esse quarto critério, há discussão posterior dos sentidos de corpo e de “importação somática”, operada por sensibilidade digital (BRAGA, 2017) (cf. capítulo 2).

Vale salientar que: 1) os termos “enunciado” e “discurso” são compreendidos de maneira diferente do uso corrente, uma vez que a investigação da teoria das descontinuidades não pressupõe análise de totalidades da linguagem, mas das *condições do exercício da função enunciativa*. 2) O enunciado não carrega “não ditos” sobre os quais o analista deveria se debruçar para encontrar seus segredos, “seus fantasmas”, é sim marcado pela ausência (exclusões, limites, lacunas), que caracteriza o campo enunciativo de onde emerge. 3) O enunciado é “quase-visível”, já que não está oculto e nem, ao mesmo tempo, completamente visível: está no limite da linguagem.

²⁹ Já que “chique” é uma palavra francesa que se alia a Luiz XIV, conhecido, em especial, por suas vestimentas - as quais seriam hoje tidas como efeminadas. Prova de que a função de signos é, em suma, socio-histórica.

Em suma, o movimento analítico pressupõe como ponto de partida a rejeição à tese do sujeito autossuficiente, que enuncia “fora” das determinações histórico-culturais nas relações de saber e poder que controlam, selecionam, organizam, redistribuem, por certo número de procedimentos, o que pode e deve ser dito numa conjuntura dada. Ao enunciado, se reconstitui o seu caráter de “acontecimento”, isto é, de produção efetivamente materializada num dado material semiológico (como a língua, como o corpo) na especificidade de uma temporalidade e de um lugar. Especificidade que é, contudo, regular, porque, parte de uma série enunciativa convergente, o discurso está vinculado a “regras de formação” que circunscrevem referenciais, modalidades enunciativas, campos associados e superfícies de inscrição em comum, que coadunam a dadas “formas de veridicção” no estabelecimento de práticas discursivas, que sustentam/ que são sustentadas pelo verdadeiro da época.

Tendo desenvolvido esse percurso da teoria da descontinuidade sobre o fazer histórico (e, acrescente-se, “linguístico”), Foucault (2008) trata das “práticas discursivas”, concebendo-as enquanto “conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definem, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa” (FOUCAULT, 2008, p.133).

Retornando ao *corpus*, marca linguística de incorreção ortográfica (ou variação linguística viril do Brasil rural³⁰), o adjetivo “HOMI” é efeito de memória do enunciado “Seja homem!”, imperativo na formação de qualquer rapaz, que, paradoxalmente, implica na não necessidade da intelectualidade (já o entendimento comum assinala que erros ortográficos são sinal de “falta de inteligência” e/ou possibilidade de humor), mas de elegância (tanto quanto um prato de comida de um bistrô). É de se supor que a relação homem e as características mencionadas anteriormente não tenham sido inauguradas por um gesto fundador.

Compreender esses deslocamentos segundo os quais homem é pedreiro – contudo, gourmet – implica um exame sobre as práticas discursivas que o definem como tal. A pergunta introdutória “O que é ser HOMI?”, nesse momento, desdobra-se

³⁰ Discussão aprofundada no capítulo 5, que trata da prática discursivo-midiática do cortejo e do regime de exclusão do “efeminado”. Ao longo das análises, citam-se estudos que englobam modos de virilidades no Brasil rural como, por exemplo, Sant’Anna (2014) e Shnoor (2013).

em outras três: 1) Quem é o sujeito “homem de verdade” produzido no interior de práticas discursivas da/na mídia brasileira contemporânea, a saber, *treinamento físico*, *sustento*, e *cortejo*? 2) Como funciona a tecnologia biopolítica no processo de disciplinarização, normalização e gestão do corpo na produção da subjetividade “homem Homem”? 3) Quais são e como são dados os regimes de exclusão (do gordo, do imprestável, e do efeminado) no que diz respeito à (re)construção do sujeito viril nessas práticas midiáticas?

Em síntese, o problema que orienta o estudo é:

Tendo em vista que a ordem do discurso vigente pressupõe a equidade dos gêneros, por que, em práticas midiáticas brasileiras contemporâneas, irrompem “antigas” verdades sobre o homem viril, “naturalmente” dominador?

O capítulo teve por objetivo refletir, em linhas gerais, sobre empreendimento de análise ancorado na teoria foucaultiana, bem como apresentar a interrogação norteadora da pesquisa. No entanto, há que se observar que, em uma análise que se quer modulada por critérios tão rígidos sobre o não estabelecimento de verdades a priori, as generalizações “antigas verdades”, bem como “dominação” devem ser examinadas na especificidade (singularidade de emergência e de existência) e regularidades (na relação das margens discursivas no campo imenso de possibilidades) em que aparecem e circulam as materialidades de linguagem.

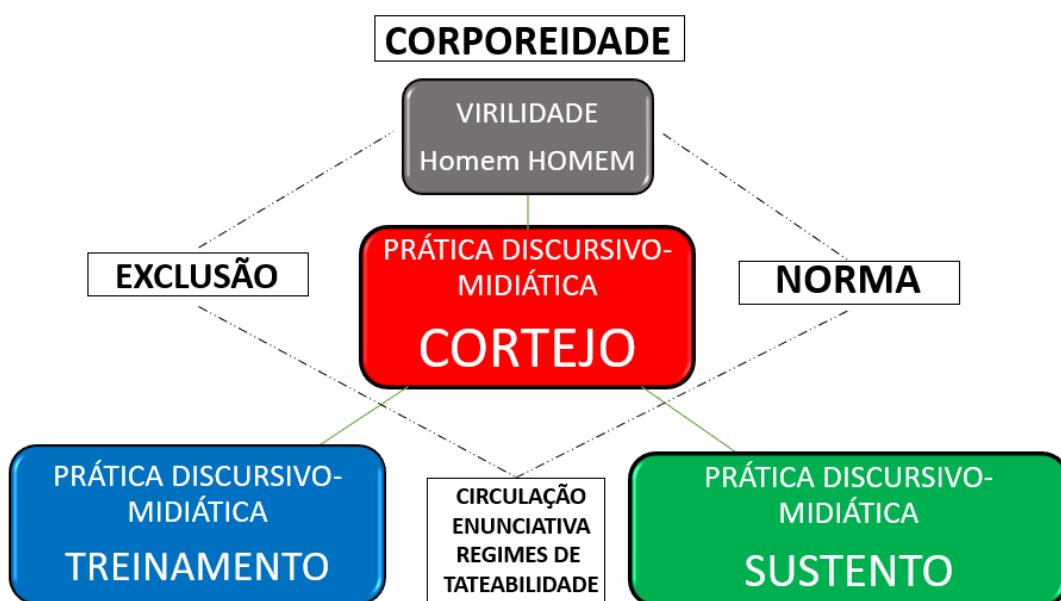
Importante observar que o problema de pesquisa marca uma posição no intrincado processo discursivo sobre o qual a investigação se ocupa, uma vez que subjaz à pergunta-problema o pressuposto de que é necessário discutir gênero e sexualidade, bem como o pressuposto de que as instituições sociais devem propiciar condições igualitárias de acesso a oportunidades, como, aliás, assegura o artigo 5º da Constituição Brasileira de 1988³¹, ainda em vigor. Nesse momento histórico, faz-se mister ocupar-se de enfrentamentos políticos, uma vez que propostas de cunho

³¹ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição (...). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 16 fev. 2018. Ainda assim, cumpre frisar que, do jeito que a lei está posta, nega-se a questão dos gêneros.

conservador³² ganham espaço, fazendo circular discursos que, com leveza e humor, sustentam práticas discriminatórias. Segundo Eco (2007), uma tese “política” não se opõe a uma tese “científica”, na medida em que a cientificidade de um estudo não procede através de fórmulas e diagramas. É necessário delimitar um *objeto*, o que implica em definir as condições em que se pode falar dele, baseando-se em algumas regras ou critérios analíticos.

Isso posto, assim se definem os eixos da investigação:

Quadro 3. Organização da tese.



Fonte: Autoral.

O movimento de leitura está amparado em 1) teoria foucaultiana acerca dos efeitos do exercício do poder, das regularidades enunciativas e das tecnologias do controle do corpo, assim como em 2) teoria sobre circulação enunciativa, materialmente inscrita em relações somáticas. A primeira prática discursivo-midiática em análise enfatiza padrões iconográficos de um corpo modelo e antimodelo (cf. subitens 3.1 e 3.2) em termos de biopolítica e de governamentalidade na produção de si. A segunda prática trata da relação masculinidade-dominação no que diz respeito ao discurso sobre proteção/sustento ancorado em dispositivo da tradição, que pressupõe efeito de resgate aos bons valores do passado que engrandeceriam o

³² Com especial atenção ao projeto chamado de “Escola sem partido”, que pressupõe neutralidade e invalida discussões sobre gênero e sexualidade em nome da contenção à chamada “ideologia de gênero”.

homem. Já a análise da terceira prática relaciona as duas outras ao atributo central (e centralizador) da produção do sujeito viril: a habilidade de conquistar mulheres.

Dois “conjuntos” constituíram o fio organizador dos *corpora*, a partir dos quais se desenvolveram os capítulos analíticos (3, 4 e 5):

Quadro 4. *Corpora* de pesquisa³³

1) PEÇAS PUBLICITÁRIAS DE NATUREZA INSTITUCIONAL	
ITEM	DESCRIÇÃO
Apresentação	- Old Spice – O Chamado (comercial fílmico).
Cap. 3	- Revista Men’s Health – edições portuguesas (capas) - Revista Men’s Health – edições brasileiras (capas)
Cap. 4	- Biotônico Fontoura (anúncios). - Zaad (comercial fílmico). - RG de Homem, Old Spice (página de internet/ <i>Facebook</i>). - MenOnly, linha Boticário Men (página de internet).
Cap. 5	- Lobo responde no Twitter (comercial fílmico). - Página Old Spice (respostas a tópico, <i>Facebook</i>). - Linha Boticário Men – A gente se cuida, mas não conta pra ninguém (comercial fílmico). - Old Spice – O Chamado (comercial fílmico). - Bad Ass Shampoo Bottle – OX Men (comercial fílmico).
2) POSTS DE REDES SOCIAIS E PÁGINAS DE INTERNET	
ITEM	DESCRIÇÃO
Cap. 1 e 2	- HOMI - Episódio 5 - Saboneteira com garrafa de vodca (vídeo de canal do <i>YouTube</i>).
Cap. 3	- Página <i>No pain, No Gain</i> (post de <i>Facebook</i>). - <i>Monsters Gyn</i> (post de <i>Facebook</i>). - Página Irmã Zuleide (posts de <i>Facebook</i>).
Cap. 4	- RG de Homem, Old Spice (página de internet/ <i>Facebook</i>). - Página Sujeito Homem (post de <i>Facebook</i>). - Página Homem Tradicional (post de <i>Facebook</i>). - Página Homem Conservador (post de <i>Facebook</i>). - Página Clube dos Homens: <i>Semper Viri</i> (post de <i>Facebook</i>). - Página Soldado Brasileiro (post de <i>Facebook</i>). - Página Seja Homem (post de <i>Facebook</i>). - Página O retrógrado (post de <i>Facebook</i>).

³³ As referências constam nos capítulos conforme o aparecimento das imagens, frames ou transcrições. O mesmo item aparece, em alguns casos, em 1 e 2, porque corresponde aos dois critérios.

Cap. 5	<ul style="list-style-type: none"> - Lobo responde no <i>Twitter</i> (comercial fílmico). - Página Old Spice (respostas a tópico, <i>Facebook</i>). - Canal Ilha dos Barbados (vídeos de <i>YouTube</i>) - Página Fúria e Tradição (post de <i>Facebook</i>).
--------	---

Fonte: Autoral.

Os “conjuntos” não tem, como se pode supor, uma estabilidade lógica ou natural. São sistemas dispersivos de irrupção de séries enunciativas, que instigam análise dos modos de circulação. A “arquitetura lógica”, própria da pesquisa histórica continuísta, vale-se de sínteses acabadas. O estudo, ao contrário, lida com “séries lacunares e emaranhadas, jogos de diferenças, de desvios, de substituições, de transformações” (FOUCAULT, 2008, p. 42). Desse modo,

tal análise não tentaria isolar, para descrever sua estrutura interna, pequenas ilhas de coerência; não se disporia a suspeitar e trazer à luz conflitos latentes; mas estudaria formas de repartição. Ou ainda, em lugar de reconstituir *cadeias de inferência* [...], em lugar de estabelecer *quadros de diferenças* [...], descreveria *sistemas de dispersão* (FOUCAULT, 2008, p. 42-43 - grifos do autor).

Apesar de que foram selecionados apenas alguns materiais para compor o corpo do texto, compilamos uma série de páginas de *Facebook*³⁴, organizadas em tabela, anexa à tese (ANEXO III). Essas páginas tratam de tópicos relacionados aos modos de virilidade e propiciaram evidência material que culminou na organização trina dos capítulos analíticos. O que está em questão, assim, são os regimes de exclusão e de normalização de um discurso conservador, regulado por dispositivo da tradição em ambiente digital face à corporeidade (tanto no que diz respeito ao fenômeno da importação somática, quanto da representação do corpo em imagem).

Em aula inaugural do Collège de France, Foucault (2005), de forma poética, afirma que não gostaria de tomar a palavra, mas de ser levado por ela, ao acaso de seu desenrolar, na estreita lacuna de seu ponto de desaparecimento. A introdução à ordem do discurso, sob certa perspectiva, é também uma orientação metodológica: balizar-se de acordo com as intempéries do discurso publicitário que trata das formas de masculinidade/virilidade é o motivo pelo qual o estudo foi assim segmentado. O sujeito viril, nas formas contemporâneas de circulação enunciativa, é aquele que treina, modelando o corpo e impondo-lhe sua vontade; é também aquele que protege

³⁴ A discussão sobre as redes (pseudo-)sociais consta do capítulo 2.

e sustenta o lar; é, por fim, exímio conquistador de mulheres (o que dá sentido ao todo). São três faces da mesma subjetividade.

As condições de aparecimento dos *corpora* instigam à reflexão sobre redes da internet e os regimes de tateabilidade³⁵. Organização pretensamente caótica, cujos enunciados desalinhados, bagunçados, espalhados revelam-se, ao final, alinhados às regularidades que os mantêm: os fortes laços entre dominação-virilidade, sobre o que se compreende como “Homem” ou HOMI. À continuidade, segue uma discussão sobre a natureza material e somática dos *corpora*, principalmente no que diz respeito aos modos de circulação enunciativa. Compreender os múltiplos deslocamentos do “homem de verdade” haja vista modos de circulação enunciativa é tarefa reflexiva que demanda compreensão da cultura, no interior da qual se estabelecem sistemas de normalização e de exclusão.

³⁵ Tópico explorado no subitem 2.3.

2 CORPORALIDADES: DO CONCEITO DE IMPORTAÇÃO SOMÁTICA

Se a exploração das capacidades simbólicas do ser humano tende a propiciar o aparecimento de novas formas simbólicas, bem como de novas relações entre elas, *a cultura deve ser interpretada como uma resposta fundamental de reflexão e conscientização das diferenças que se vão inscrevendo no universo social*. Será, pois, nesta possibilidade de resposta – e não na sua compreensão como fatalidade herdada – que a ideia de cultura deve encontrar seu fundamento (BRAGA, 2014, p.37 – grifos nossos).

O percurso teórico-metodológico traçado no capítulo anterior se assenta no pressuposto ontológico segundo o qual as “verdades” (e, por conseguinte, “condições de verdade”, “parcelas do real”, “realidade” e outras designações possíveis) não têm existência fixa que permita assumi-las enquanto saber “objetivo”. A complexidade de todo processo cultural de significação perpassa intrincados jogos de linguagem que determinam, de acordo com as práticas discursivas e os modos de governamentalidade, de que forma e sob quais condições o enunciado produz sentidos. Contudo, há que se assumir que esse processo não é direto, uma vez que a linguagem não é transparente (TASSO, 2013).

Entre sujeitos e “realidade” há largo campo da sensibilidade que medeia processos de formulação, emergência, apropriação e circulação de sentidos. O capítulo presta-se, em face de problematização do estudo, à reflexão sobre evidência material que o discurso assume. De outra forma: argumentamos em prol da tese segundo a qual “cada médium redefine e transforma as funções biológicas do corpo humano” (BRAGA, 2016, p.171) e, portanto, *o corpo, ademais de superfície de inscrição discursiva, é ele próprio espaço de constituição de sentido*.

Tal reflexão se faz imperativa na medida em que o corte metodológico de delimitação dos *corpora* (cf. quadro 4) é, especialmente, de materiais que provém de mídias digitais as quais orientam posturas, apreciações e punições que recaem sobre os sujeitos de investigação detrás de *smartphones, notebooks, ultrabooks, tablets*, etc. Em certo sentido, mais do que detrás: em comunhão com esses dispositivos. Simbiose com registro/artefato maquínico que mobiliza memórias, modifica processos de obtenção e apreciação de sentidos historicamente produzidos em rede: redes de memória, redes de dados. Se o discurso é o desejo, o poder que queremos nos apropriar, como preconiza Foucault (2005), perguntamos: sob quais condições a evidência material (sensível) do aparelho tecnológico intervém sobre os regimes do

ver e do dizer representações corporais em ambiente que “dissolve” tempo, espaço e presença física? Ambientes que são, por definição, incorporais e que, no entanto, não prescindem, de forma alguma, da corporeidade do toque, do clique, do comando, do *follow* (seguir), do *like* (curtir), etc. Aventamos a possibilidade analítico-teórica de compreender, na dispersão própria do discurso, a sua *materialidade*, cujas superfícies em que se assentam são elas próprias movediças, virtuais e, ainda sim, somáticas. Pesa, nessa reflexão, a relação entre circulação enunciativa, corpo e sensibilidade digital segundo aproximação teórica da análise foucaultiana das práticas discursivas (2008) (em especial do sistema de formação dos *objetos* e do critério da *materialidade* como função enunciativa) com o princípio nocional de “importação somática” em Braga (2016; 2017).

2.1 MEDIALIDADE E DISCURSO

“O que é interpretar culturalmente?” – a partir dessa problematização, Braga (2014) critica o legado etnocêntrico do conceito de cultura, de limitado espectro epistemológico, abrindo caminho à multiplicidade dos processos de formação de sentido. Historicamente, a observação do social é acompanhada por critérios valorativos cuja referência máxima provém do “ideário progressista moderno” e, dessa maneira, o conceito de cultura funcionou como dispositivo de normatividade teleológica (de uso) por meio de operações de programação, legitimação e correção social; operações que, na codificação de valores de identidade, têm na projeção do futuro sua observação no presente. É sob a perspectiva antropológica kantiana da cultura como “finalidade da natureza” que se acolheu a ideia de moralidade e, com essa, a inevitável forma do imperativo categórico³⁶. Racionalidade que, em Tylor, motivou indiferenciação entre “cultura” e “civilização” (BRAGA, 2014).

Já para Herder, segundo Braga (2014), o paradigma segundo o qual cultura é sinônimo de progresso e dispositivo de observação valorativa das práticas sociais de cunho essencialmente teleológico-normativo sofreu inversão na medida em que se compreende que o homem é histórica e socialmente um ser cultural. Nesse sentido,

³⁶ “Imperativo” é um termo criado por Kant para indicar a fórmula que expressa uma norma da razão. “Imperativo categórico” ordena uma ação que é boa em si mesma, por si mesma objetivamente necessária, sendo, portanto, um princípio evidentemente prático (ABBAGNANO, 2007).

há várias formas de expressões culturais que, não se situando numa esfera epifenomênica (sintomática), são detectáveis no domínio das atividades realizadas pelo homem. O efeito imediato, em termos filosóficos, é o de que “compreender as formas de expressão culturais é implicar os processos de simbolização na criação e apreensão da realidade. A cultura, entendida como modo de auscultação dessa correlação, passa a ser inteligível” (BRAGA, 2014, p.13).

“Inteligível”, porque “cultura” só pode ser analisada a partir das múltiplas formas de “mediação cultural”, conforme Cassirer. O desafio teórico é trazer à reflexão a polissemia simbólica de todas as formas de compreender o mundo: “trata-se, portanto, de ver o conhecimento que o sujeito adquire através das formas simbólicas dentro de um movimento de alteridade; movimento esse que coloca o ser humano no espaço aberto pela mediação” (BRAGA, 2014, p. 14). Cada forma simbólica, assim, representa um modo singular de articular e observar as experiências humanas, haja vista que os seus elementos estruturantes não se deixam reduzir a uma mera função indexical, a uma relação direta entre signo e objeto. Aquilo que se designa por “mundo” – e que sobrevém dessa articulação –, não sendo apreendido como entidade ontológica imutável, passa a ter várias possibilidades de relação e de sentido (BRAGA, 2014).

Segundo o mesmo autor, o despontar de novas formulações da realidade obedece à possibilidade de as experiências humanas poderem ser ordenadas segundo critérios de distinção, uma vez que os fenômenos que não se prestam a operações de diferenciação deixam de poder ser representados internamente pelo sujeito, o que tratou Goodman com a expressão “versões de mundo”. Cassirer aprofunda a reflexão, pois, de acordo com Braga (2014), as formas simbólicas são estruturas que dão consistência aos processos de simbolização, à dialética entre conhecimento e ação e à permanência e transformação que resulta da dinâmica da correlação desses últimos. As formas simbólicas são “criativas”, evidencia Braga (2014), pois cada forma de mediação nunca se inscreve sem a intercessão da sensibilidade (*Sinnlichkeit*)³⁷ e da imaginação (*Einbildungskraft*) na articulação dos seus elementos materiais (BRAGA, 2014).

³⁷ O princípio da não-isonomia entre as línguas naturais aponta discrepâncias entre a palavra originalmente empregada e suas formas traduzidas. O termo alemão *sinnlichkeit*, por exemplo, pode designar, em português, sensualidade ou voluptuosidade (Linguee, 2019) – duas formas não adequadas ao contexto. O mesmo vale para a equivalência da palavra em

Essa perspectiva afasta do conceito de cultura uma acepção redutora de cariz saussuriano segundo a qual cultura seria complexo de representações e identificações de grupo de indivíduos. Por essa ordem, fenômenos culturais seriam observados a partir de seus “conteúdos”, bastando, para isso, encontrar os “elementos semânticos daquilo que é intencionalmente simbolizado” (BRAGA, 2014, p. 20). Segundo Braga (2014), desse modo, a ideia de cultura estaria limitada à programação de um patrimônio de valores e representações se se seguisse, na observação dos fenômenos culturais, lógica puramente linguística “que apenas vê nos eventos comunicacionais a atualização das estruturas dos sistemas de linguagem” (BRAGA, 2014, p. 21):

É essa a diferença que, ao assinalar o simbólico como a esfera das operações humanas através da qual se processa o encontro entre o substrato sensível e o substrato inteligível da forma, nos impede de compreender os objetos culturais como meras codificações – ou atualizações – de estruturas semiológicas pré-estabelecidas. Resultando o simbólico de operações incorporadas, quer dizer, *inscritas no e pelo corpo*, a cultura nunca poderá ser observada e substituída por um simples sistema de representações, pois os seus objetos, marcados que estão pelo sensível, não se prestam a um simples programa de descodificação semântico. (BRAGA, 2014, p. 22-23 – grifos nossos).

O binômio *sensibilidade e significação* perpassa a apreciação do corpo como sustentáculo da produção e da recepção de sentidos já que, sob essa envergadura teórica, a “energia de espírito” é concretamente assentada a um “elemento sensível”. Dessa forma, “cultura” não é atributo de sociedade civilizada³⁸; cultura é, reiteramos, ausculta de complexa articulação entre criação e apreensão da realidade na dinâmica dos homens e da vida social. Acrescentamos: o discurso, materializado em dada superfície física, no embate dos campos associados, na inscrição nos domínios de

inglês: *sensuouness* ou *sensuality* (Collins Dictionary, 2019). A tradução indicada entre parênteses é de Braga. Cumpre frisar que a indicação da tradução aponta, necessariamente, para uma interpretação possível da obra filosófica.

³⁸ As acepções do verbete “culto” em dicionários de língua portuguesa reforçam o ranço etnocêntrico da indistinção entre “cultura” e “civilização”. Apesar da impossibilidade de que haja um ser humano destituído de cultura, esses materiais normativos asseveram que o adjetivo “culto” se refere àquele: “1 Que se cultivou; cultivado. 2 Que atingiu alto nível de cultura; cultivado, instruído. 3 Que alcançou nível superior de civilização; avançado, civilizado. 4 Que goza de alto nível de erudição; erudito. 5 Que segue a norma-padrão; erudito” (MICHAELIS. Disponível em: < <http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/culto/>>. Acesso em 19 out. 2017).

saber (FOUCAULT, 2008), regido pelos dispositivos³⁹ (AGAMBEN, 2007), faz irromper sentidos, cuja unidade é descontínua, regular e material.

Conforme estabelece Braga (2014) a partir dos pressupostos de Cassirer, o reconhecimento da tensão entre as várias formas simbólicas, longe de derivar de um essencialismo morfológico, de uma “pregnância originária”, tende sempre a emergir dos desafios que a vida social imprime no ser humano. Recusa-se, assim, o gesto analítico do terreno da subjetividade criadora, da busca pelas origens (metafísicas, essenciais) do dizer, bem como da tendência aos blocos imóveis sobre os quais problematizou longamente Foucault (2008)⁴⁰ quando do estabelecimento de seu método arqueológico (cf. subitem 1.3).

Ora, em sua aula inaugural no *Collège de France*, Foucault (2005) alerta sobre a elisão da realidade do discurso no pensamento filosófico em vistas à falácia da “pregnância originária”, chamando tais “jogos de limitações e de exclusões” de (i) tema do “sujeito fundante”, (ii) tema da “experiência originária” e (iii) tema da “mediação universal”. Esses paradigmas adotam “verdade ideal” como lei e “racionalidade imanente” como princípio de desenvolvimento que conduz a uma ética do conhecimento que promete a verdade ao próprio desejo da verdade e tão somente ao poder de pensá-la (FOUCAULT, 2005).

Para o filósofo, desde que foram excluídos os jogos e o comércio dos sofistas, desde que seus paradoxos foram amordaçados (cf. subitem 1.2), o pensamento ocidental tomou cuidado para que o discurso ocupasse o menor papel possível entre o pensamento e a palavra. Foucault (2005) afirma que parece que se tomou cuidado para que o discurso aparecesse apenas como certo aporte entre pensar e falar; como se um pensamento pudesse ser revestido de signos e tão somente tornado visível pelas palavras. Antiquíssima elisão da realidade do discurso do pensamento filosófico,

³⁹ Há uma diferença conceitual. “Dispositivo maquínico” refere-se ao instrumento tecnológico de mediação. Já “dispositivo” em sentido foucaultiano é o que rege as condutas.

⁴⁰ Alves (2007), ao tratar da “significação de Kant no pensamento de Foucault”, assevera que, para o filósofo francês, especialmente em seus primeiros livros, também havia o projeto de “descoberta” de uma “história até então muda”, o que aproxima o pensamento dos dois estudiosos. Nas palavras de Foucault, “Cassirer procede segundo uma espécie de abstração fundadora: de um lado, ele apaga as motivações individuais, os acidentes biográficos e todas as figuras contingentes que povoam uma época: de outro lado, ele afasta ou ao menos deixa em suspenso as determinações econômicas ou sociais. [...] Ele isola de todas as outras histórias (a dos indivíduos, assim como a das sociedades) o espaço autônomo do *teórico*: e sob seus olhos se revela uma história até então muda” (FOUCAULT *apud* ALVES, 2007, p. 25).

segundo Foucault (2005), que tomou muitas formas no decorrer da história, como a de (i) um sujeito que funda suas próprias vontades, isento das determinações históricas, sociais, linguísticas, etc., animando formas vazias da língua, atravessando a espessura ou inércia de coisas vazias; (ii) como da suposição de uma verdade anterior e contínua que, desvelando-se, abriria uma espécie de reconhecimento primitivo; cumplicidade primeira com o mundo, que manifestaria o segredo de sua própria essência haja vista que o discurso é compreendido como a reverberação de uma verdade que nasce ante os próprios olhos. Por fim, (iii) como na crença na consciência imediata e racional sobre o mundo, uma espécie de logos universal e, por isso, a-temporal e a-cultural:

Quer seja, portanto, em uma filosofia do sujeito fundante, quer em uma filosofia da experiência originária ou em uma filosofia da mediação universal, o discurso nada mais é do que um jogo, de escritura, no primeiro caso, de leitura, no segundo, de troca, no terceiro, e essa troca, essa leitura e essa escritura jamais põem em jogo senão os signos. O discurso se anula, assim, em sua realidade inscrevendo-se na ordem do significante (FOUCAULT, 2005, p. 49).

Foucault (2005) ironiza: que civilização teria sido mais respeitosa com o discurso do que a nossa? De outra forma: as verdades inscritas no próprio discurso na relação tida como transparente de linguagem não são, de acordo com essa tradição filosófica *logofílica*, questionadas. O exercício de análise do discurso pressupõe, ao contrário, sob perspectiva *logofóbica*, 1) questionar a vontade de verdade dos discursos, 2) restituir o caráter aleatório do acontecimento do discurso e 3) suspender a soberania dos significantes – processo que só poderá ser realizado na imanência das materialidades sensíveis de linguagem.

Com efeito, uma interpretação aberta das obras culturais só é possível se se assumir como ponto de partida a articulação entre a “esfera sensível” e a “esfera significativa da forma”; o que, como alertou Braga (2004), não se trata de sobrevir do discurso estruturalista radical (de ver na materialidade do objeto a atualização da estrutura), mas de elevar à reflexão as dinâmicas de sentido geradas pelas transformações intermutáveis entre indivíduo e sociedade. Conforme explica Braga (2014), Cassirer, ao refutar o esquematismo kantiano⁴¹, possibilita uma nova

⁴¹ Segundo Braga (2014), Cassirer operou transformação da *crítica da razão* de Kant numa *crítica da cultura*: da descentralização do conceito de cultura dos limites impostos pelo racionalismo idealista resulta a possibilidade de as operações filosóficas transporem a

interpretação das formas simbólicas. Os símbolos, graças à sua manifestação e constituição material através de signos sensíveis (*sinnliche zeichen*), estão indissociavelmente ligados à sensibilidade. Logo, o trabalho da expressão vai evidenciar quer a *exteriorização* de um elemento significativo, quer a *preparação* de um elemento significativo, estando, por isso, dependente das *condições materiais que possibilitam a organização sensível da forma que incorpora* (BRAGA, 2014).

Interpretar culturalmente, dessa maneira, consiste em compreender as possibilidades de “mutação dos fenômenos culturais” como um fenômeno que não se limita à substancialização de uma observação privilegiada. É esta dinâmica da criação da forma que permite também pensar a dinâmica emergente das relações sociais, pois estas, parafraseando Braga (2014), começam logo por ter algo em comum: dão-se a partir dessa capacidade de articular a experiência do mundo (a faculdade simbólica) na formação de “horizontes de sentido”. “Horizonte de sentidos”, por sua vez, que é *mediado* por objetos/artefatos culturais.

Para Braga (2008), o conceito de medialidade⁴² abrange a função de mediação que os símbolos verbais e não verbais exercem dentro de determinada “realidade” cultural. Enquanto característica comum a todos os símbolos, “a medialidade assinala uma articulação simbólica entre indivíduos e realidade, entre objetividade e conhecimento que se reflete no espírito da cultura como nos domínios da percepção e na esfera íntima das emoções do ser humano” (BRAGA, 2008, p. 65). Assumimos, portanto, um viés de análise que se opõe às teorias mentalistas para as quais o sujeito (sem corpo) intui o mundo. A sensibilidade não tem valor mimético aos órgãos sensoriais, mas valor somático-material, de tal forma que o corpo não pode, em especial quando da análise de *corpora* de novas mídias, ser compreendido tão

metodologia da conversão dos limites da razão em limites da linguagem. Dessa maneira, opera-se transformação do “imperativo categórico” no “imperativo da obra”, isso “quer dizer [que] a filosofia ter-se-á de confrontar com aquelas atividades humanas que são objetivadas nos objetos culturais, dado que é também nestes que se podem vislumbrar os horizontes de sentido traçados pela capacidade de simbolização do ser humano, bem como os horizontes de individualização que a mesma capacidade vem potenciar e articular” (BRAGA, 2014, p.48).⁴² Conforme explica Chauí (2006), “meio”, em latim, traduz-se como “*medium*” e, no plural, traduz-se como “*media*”. A partir do radical latino *-medi* formam-se os termos portugueses mídia, mediação, medialidade, e o termo redundante *intermediário*. Os primeiros teóricos da comunicação empregaram a palavra *media* e, como eram de língua inglesa, utilizavam o termo *mass media* para designar a “mídia de massa”. Por meio da apropriação, no Brasil, a palavra “mídia” passou a ser usada como substantivo feminino. “Meios de comunicação de massa”, assim, foi uma expressão criada para se referir a objetos tecnológicos capazes de transmitir a mesma informação para um vasto público (a massa).

somente como “corpo do observador”. Natureza sensível que requer operatividade dos sujeitos para vir a existir, funcionalidade maquínica, “regime de tateabilidade” ou registro binário inscrito em código 0/1⁴³, a “natureza medial” dos materiais que suportam a produção discursiva contemporânea está inteiramente situada no âmbito do digital. Há que se aprofundar essa relação expressa entre “sensibilidade” e o âmbito digital, assim como problematizar as narrativas segundos as quais a tecnologia produz mundos ideais, destituídos de sujeitos. Disso trata a próxima seção.

2.2 OS SEM-CORPO DOS MEDIA

Em “Corpo, mediação, tecnologia”, Braga (2016) reflete sobre as várias dimensões somáticas implicadas no processo de mediação, bem como sobre o fato de que, apesar da criação de novos aparelhos tecnológicos, o horizonte teórico da filosofia, ainda pautado numa teoria de mimeses⁴⁴, foi incapaz de conferir “verdadeiro estatuto epistémico ao âmago do estudo sobre os media” (BRAGA, 2016, p. 172). De acordo com o autor, há acentuada marca antropomórfica que impede de vislumbrar nexos operativos entre os sujeitos e os artefatos digitais em nome de reificação de antigas narrativas alegóricas, como a distinção cartesiana de corpo e alma. Da análise do fenômeno, alerta Braga (2016), resultam não só novas formas de conceber a relação tecnológica entre corpo e médium, como também novas aproximações filosóficas para uma teoria das chamadas “tecnofantasias”.

Apoiadas no paradigma da intencionalidade e na concepção aristotélica de matéria como substância, as teorias da técnica conceberam artefatos como meros

⁴³ De acordo com plataforma pedagógica da Universidade Federal do Pará - UFPA, esse é um conceito matemático que se refere à forma como o computador guarda e processa informações. O sistema binário é um sistema de numeração formado por apenas *dois* algarismos: 0 (zero) e 1 (um), ou seja, só admite *duas possibilidades*, sempre *opostas*, *antagônicas*, como: tudo/nada; ligado/desligado; presença/ausência, direito/esquerdo, alto/baixo, verdadeiro/falso, aceso/apagado. Para mais informações, ver: < <https://canaltech.com.br/o-que-e-o-que-e-como-funciona-o-sistema-binario/>>. Acesso em 20 maio 2017 e < <http://www.ufpa.br/dicas/progra/arq-cod.htm>>. Acesso em 20 maio 2017.

⁴⁴ O conceito de *mimese* é caro à filosofia ocidental. No trabalho, compreende-se mimeses ou teoria mimética de acordo com as críticas de Braga em relação às pesquisas do campo da comunicação as quais pressupõem, conforme discussão do capítulo, correspondência direta e transparente entre uma coisa e outra. Ainda assim, vale ressaltar que a “[...] equivalência renascentista entre *mimeses* e *imitativo* supunha o recorte distinto do ético sobre o campo de atuação da primeira: o ético atuava como um depurador do *imitatio*, impedindo-a de se confundir com o que, nas línguas modernas, se entendia como “imitação” (LIMA, 1995, p. 65).

instrumentos. Para Braga (2016), o “primado da intencionalidade” retirou do artefato seus efeitos somáticos relegando-o a uma pretensa *neutralidade operativa*; a lógica clássica da substância, por seu turno, conduziu ao pressuposto da *neutralidade material do substrato físico do artefato*. Segundo o autor, considerar artefatos como extensões do corpo humano numa correspondência mimética, ideia de simulacro, que reduplica contornos de modelo ideal de corporeidade (imitando a morfologia do corpo e ampliando suas disposições funcionais), é um equívoco teórico⁴⁵. Essa analogia foi levada a extremos, conforme exemplifica Braga (2016), quando Malenbranche [1638-1715], influenciado por Descartes, propôs correspondência intelectual entre as lentes do microscópio e as próprias faculdades racionais.

Com o surgimento de uma “filosofia da técnica”, parafraseando o autor, gerou-se a possibilidade teórica de reduplicar o dispositivo mimético que, desde a antiguidade clássica, inscreveu-se no discurso estético-artístico ocidental (do conceito de mimeses que se opõe à originalidade romântica do século XIX, bem como à ideia de autoria). O médium, assim, deixou de ser concebido apenas como imitação. Da relação entre criador e espectador emergiu pretensão “liame empático” de morfologização somática dos artefatos: eis o conceito de “prótese”. É na obra de Ernst Kapp (1877, *APUD BRAGA*, 2016) que se encontra pela primeira vez ampla teorização sobre correspondência mimética entre corpo e artefato. Kapp justificou tal correspondência recorrendo à noção de transferência inconsciente do biológico para o tecnológico através de posterior “substituição” do primeiro pelo segundo.

McLuhan (2001) reformulou as ideias de “projeção” e “substituição” convertendo-as em “extensão” e “amputação”. Na tese radical segundo a qual o “meio é a mensagem”, o teórico da década de setenta exemplificou esse deslocamento recorrendo ao mito grego de Narciso. De acordo com McLuhan (2001), Narciso (palavra em grego que significa “entorpecimento”) tomou seu próprio reflexo na água por outra pessoa. Assim, a “extensão de si mesmo” pelo espelho embotou suas percepções até que ele se tornou servo de sua própria imagem. O que importa desse

⁴⁵ Importante considerar que há inúmeros trabalhos no âmbito das teorias de comunicação que criticam a simplificação excessiva dos modelos comunicacionais do passado, os quais tomam a língua (ou o corpo) como mero instrumento. Barros (2004), por exemplo, trata da inscrição sócio-histórica dos sujeitos em termos de comunicação modal, formações ideológicas e competência semântica enquanto ferramentas analíticas pertinentes. As críticas de Braga, contudo, referem-se ao âmago filosófico implicado em teoria mimética que, para o autor, é epistemologicamente problemático.

mito, salienta McLuhan (2001), é o fato de que os homens se tornam, segundo ele, fascinados (“involving us in a state of numbness”) por qualquer extensão:

Fisiologicamente, sobram razões para que uma extensão de nós mesmos nos mergulhe num estado de entorpecimento. Pesquisas médicas, como as de Hans Selye e Adolphe Jonas, sustentam que todas as extensões de nós mesmos, na doença ou na saúde, não são senão tentativas de manter o equilíbrio. Encaram essa extensão como uma “auto-amputação” e acham que o dispositivo da estratégia ou da força auto-amputiva é acionado pelo organismo toda vez que a energia perceptiva não consegue localizar ou evitar a causa da irritação (McLUHAN, 2001, p. 59).

A explicação que recorre ao saber legitimado pelo olhar médico da época presta-se a fornecer explicação sobre como o ser humano seria impelido à tentação de prolongar várias partes do seu corpo via tecnologia numa espécie de “autoamputação”, assim, os médiuns seriam extensões de órgãos sensoriais. Ainda no domínio do que seria “fisiológico”, McLuhan (2001) argumenta que

Fisiologicamente, no uso normal da tecnologia (ou seja, de seu corpo em extensão vária)⁴⁶, o homem é perpetuamente modificado por ela, mas em compensação sempre encontra novos meios de modificá-la. É como se o homem se tornasse o órgão sexual do mundo da máquina, como a abelha no mundo das plantas, fecundando-o e permitindo o envolver de formas sempre novas. O mundo da máquina corresponde ao amor do homem atendendo a suas vontades e desejos, ou seja, provendo-o de riqueza. Um dos méritos da pesquisa motivacional foi o da revelação entre o sexo e o carro (MCLUHAN, 2001, p. 64).

Sob essa perspectiva, o homem é convertido em “órgão sexual do mundo das máquinas” (como uma abelha para as plantas), “suicida desesperado” que deseja se autoamputar. Se o pé substituiu o carro; a televisão, os olhos; o rádio, os ouvidos, corre-se o risco metafórico de que o sujeito ampute tudo que pode de si até que não reste corpo. Esse é um pressuposto reducionista segundo a crítica de Braga (2016), pois a correspondência morfológica e funcional entre médium e órgãos sensoriais tem, em seu âmago lógico, pressuposto mimético e pretensa transparência da linguagem, já que, devido à redundância sensorial do médium, “à convergência operativa entre mediação e incorporação - fomentou-se, similarmente, a tese de que os processos

⁴⁶ No vernáculo, “or his variously extended body”, o que suscita a ideia de exagero ou diversidade das formas de extensão tecnológica.

semiósicos, linguísticos e extralinguísticos envolvem o par ‘significado-significante’ dentro de um liame simbólico linear [...]” (BRAGA, 2016, p.175).

Assim, a redução da mediação à extensão protésica é posta de parte à sua “pregnância sociocultural”, uma vez que avaliar os artefatos somente através de suas funções é omitir o fato de que, na programação destes, existem “codificações, projeções e seleções simbólicas, cuja natureza abarca o estatuto e consciência de mediação conectados com esses mesmos artefatos” (BRAGA, 2016, p. 176). O sujeito “sem-corpo”, desse modo, é pressuposto às narrativas utópicas tecnofantásticas⁴⁷ segundo as quais os mecanismos operativos agiriam sem que houvesse determinações sociais, culturais e históricas ou mesmo sem a presença da subjetividade a quem se respondem os comandos (direta ou indiretamente).

De outro modo: de acordo com esse viés, o “corpo originário” vai sendo amputado e substituído por próteses. Uma vez que já não há mais corpo (tomando em consideração a rápida modificação e aprimoramento dos aparelhos tecnológicos) a ideia de prótese/extensão se esvazia, o que torna a teoria paradoxal (em certo ponto, não há mais corpo que substituir). Para resolver o problema, em termos filosóficos, cria-se a figura do “cyber” ou “ciber”; processo que Braga (2016) designa como o “transhumanismo”, base das narrativas de utopias tecnológicas das sociedades livre de dilemas éticos e morais, tanto quando de sujeitos sem corpos, logo, sem imperfeições. Essa é a ingenuidade que suporta o discurso segundo o qual novas tecnologias de comunicação e informação promoveriam amplo processo de democratização política. A esse respeito cumpre citar as pretensões de uma “cibercultura” em Lévy (1999):

Em vez de polarizar-se no teletrabalho e na substituição dos transportes pelas telecomunicações, uma nova orientação das políticas de planejamento do território nas grandes metrópoles poderia apoiar-se nas potencialidades do ciberespaço a fim de encorajar as dinâmicas de reconstituição do laço social, desburocratizar as administrações, otimizar em tempo real os recursos e equipamentos da cidade, experimentar novas práticas democráticas (LÉVY, 1999, p.186).

⁴⁷ Como o enredo do filme de 1987 “Robocop, o policial do futuro” que conta a história de Alex J. Murphy, o qual teve seus restos mortais aprimorados em numa espécie de meio-humano. O filme é uma referência cultural comum e parece, em certo sentido, captar os anseios de McLuhan e Lévy. A ideia de máquina enquanto bom funcionamento do órgão sexual também é referência à construção da virilidade.

Sujeitos amputados, transmutados, sem percalços políticos que dificultam o pleno exercício da democracia (nessa acepção, de igualdade), entregues à neutralidade operativa de máquinas ideais, perfeitas: isso prometem as tecnonarrativas. “Realismo ingênuo” que, segundo Braga (2016), não oferece lastro epistêmico que permita compreender a interface dos sujeitos com o ambiente virtual ou, em termos discursivos, os gestos e posturas de leitura envolvidos na relação do corpo (que não é passivo, que não é tão somente “corpo do observador”) com suportes (sensíveis) onde se assentam enunciados e, dessa forma, regimes de ver, de dizer, de tocar, que constituem, por sua vez e no que aqui interessa, modos de virilidade.

Problematiza-se, desse modo, o paradigma filosófico clássico para o qual os médiuns (bem como as novas tecnologias) são pretensamente neutros enquanto jogos de linguagem e, notavelmente, de poder. Se, como assevera Braga (2016), “em cada artefato de mediação há traços autorreflexivos tecnológicos que, tanto na esfera empírica, quanto na esfera imaginária, recentram o lugar do corpo na sua própria constituição” (BRAGA, 2016, p.172), questionamos: como e sob quais condições o advento das novas tecnologias (que são comumente chamadas de “digitais”) compõe e modifica o olhar sobre regulamentação, vigilância, controle e verdade sobre o corpo (sexuado) viril? Esse questionamento, bem com a tese anunciada no início do capítulo, é explorado e exemplificado na sequência.

2.3 IMPORTAÇÃO SOMÁTICA E REGIMES DE TATEABILIDADE

O curso “Sensibilidade Digital: Corpo, Imagem, Tecnologia” (2017) teve como ponto de partida crítico os estudos de McLuhan (2001) para os quais os médiuns são apressadamente categorizados, como sugere o subtítulo do livro, como “extensões do homem”. Desse modo, conforme se discutiu anteriormente, cada órgão sensorial corresponderia a um artefato tecnológico. A triangulação do pensamento de McLuhan (2001) modificou a noção de “projeção” (inconsciente) presente em Kapp deslocando-a para a amputação metafórica do corpo e consequente uso de próteses. Se em Kapp há gradual substituição do membros/órgãos, argumenta Braga (2016), McLuhan (2011) é violento: eles são arrancados por vontade própria do “utilizador” como um tipo de ritual (tecnológico) de aprimoramento, cujos saberes do campo da economia, segundo leitura possível, respaldam discurso mercadológico, apelando aos processos

nocionais de eficiência, progresso, melhoramento e desenvolvimento. O mimetismo joga, nesse sentido, em dois níveis que se entrecruzam: o nível da extensão protésica do médium e da intenção expressiva da mensagem (BRAGA, 2016).

Estabelece-se, assim, pretensa “interatividade” com o dispositivo maquínico⁴⁸, que, ademais de negar a subjetividade (as chamadas tecnofantasias), pressupõe comunicação livre de “ruídos”. Braga (2017) questiona: se com o “mundo digital” gera-se interatividade imanente entre máquina e corpo/homem (que está no plano do já-dado), como foi possível chegar a esse conceito? A primeira implicação é que existiria comunicação direta entre seres humanos em situação de isonomia, ancorada no esquema clássico comunicacional de Jakobson⁴⁹ (2007), que a máquina reduplicaria em registro de co-participação e cooperação.

Ora, tratar da linguagem de forma esquemática, como bem demonstrou larga tradição da linguística subsequente à abordagem comunicacional (em especial com advento da análise do discurso de orientação francesa) é redutor e ingênuo. Redutor, porque há condições de emergência, de existência e de possibilidade (de natureza histórica, geográfica, linguística, situacional, etc.) envolvidas até mesmo nas interações mais prosaicas. Ingênuo, porque, no ambiente virtual, mantêm-se intrincadas relações de poder que não se apagam e nem se neutralizam. Exemplo dessa situação são as páginas da *Web* que não podem ser acessadas por qualquer pessoa por meio do buscador virtual “Google”; os conteúdos exclusivos pagos e os inúmeros perigos que o (relativo) anonimato impõe – dos quais se avolumam notícias sobre sequestros, indução a suicídio⁵⁰, promoção de propaganda neonazista⁵¹, etc.

⁴⁸ Há uma diferença conceitual. “Dispositivo maquínico” refere-se ao instrumento tecnológico de mediação. Já “dispositivo” em sentido foucaultiano é o que rege as condutas.

⁴⁹ Segundo Jakobson (2007), “qualquer ato de fala [no que toca à comunicação linguística] envolve uma mensagem e quatro elementos que lhe são conexos: o emissor, o receptor, o tema (*topic*) da mensagem e o código utilizado” (JAKOBSON, 2007, p.19). Esse conceito é alvo de críticas em Foucault (2008). Mais informações ver “Definir o enunciado” em Foucault (2008, p. 94) e, no estudo, subitem 1.2.

⁵⁰ Como é exemplo o caso “viral” denominado “Baleia Azul”: um tipo de jogo macabro que teria, em 2017, induzido jovens a cometer suicídio, conforme atestam notícias (algumas das quais meramente especulativas), ver: < <http://g1.globo.com/hora1/noticia/2017/04/desafio-da-baleia-azul-quase-caoa-morte-de-um-adolescente-em-sc.html>>. Disponível em: 14 jun. 2017.

⁵¹ Sobre a questão do perigoso discurso de supremacia da raça ariana na internet, ver Dias (2008). A autora desenvolve um importante trabalho a partir da noção de *habitus* em Bourdieu, assim como da “banalização do mal”.

A outra observação é a de que o uso de determinados aparelhos tecnológicos de mediação como *notebooks, smartphones, tablets, smartwatches*, etc. não depende tão somente do desejo, da pura vontade, como quer o mesmo discurso mercadológico; depende do acesso do sujeito ao bem de consumo – algo que, em si, é altamente excludente. Ainda assim, narrativas que asseguram livre exercício da democracia a partir do desenvolvimento das tecnologias digitais, habitadas virtualmente (haja vista o termo “teletrabalho”, trabalho à distância) por homens amputados (sem o corpo original, falho) ainda pululam, como se exemplificou nas citações anteriores de Lévy (1999) acerca do território urbano potencializado em suas práticas democráticas (tanto quanto o sujeito e seu corpo protético) pelo ciberespaço.

Parafrazeando Braga (2016; 2017), ao contrário dos sonhos fantasiosos, seja qual a modalidade estatutária (se do campo da literatura ou da reflexão filosófica) onde essas narrativas se assentem, é bastante claro que: 1) tecnologia por si só não gera democratização e 2) a máquina não pode prescindir do corpo/sujeito para funcionar. Em algum momento do processo de programação, a máquina, na mediação das formas simbólicas (como se tratou anteriormente), reagirá a comandos⁵² – o que as tona, irremediavelmente, nos termos da analítica foucaultiana, parte das práticas discursivas, regidas pelas condutas dos homens em jogos de saber e de poder.

No entanto, é também verdade que o corpo, compreendido como superfície de inscrição discursiva, reclama sentidos. Mais do que isso: ele próprio é lugar privilegiado de sentido: conforme ampla mobilização teórica (VIGARELLO, 2013b), nesse “espaço” privilegiado recaem acúmulos de impressões, gestos e de produções históricas que normalizam, sujeitam, enquadram, impõem censuras, coíbem prazeres, tendo por base desígnios de beleza, bem-estar, pureza ou pecado. A longa tradição iconográfica e propagandística aqui em causa assegura que se deve corrigir o corpo, purificá-lo, domar as suas necessidades fisiológicas e, além disso, potencializá-lo de modo a torná-lo útil e produtivo. O movimento de leitura estabelece relações com as

⁵² Importante destacar que a tentativa de criação de robôs que se parecem humanos, que se movem com sutileza e que são capazes de conversar com pessoas alimenta essas tecnofantasias, espetacularizadas em vídeos e notícias da internet, como se a figura do programador deixasse de existir. Impossível não reconhecer, assim, o peso da indústria cultural em filmes como *Matrix* (1999-2003), *I.A.* (2001) e séries como *Black Mirror* (2011-Atual). Sobre os “robôs humanos”, ver <<http://br.eonline.com/enews/os-primeiros-robos-parecidos-com-humanos-criados-pelos-japoneses/>> Disponível em: 14 jun. 2017. e <<https://catracalivre.com.br/geral/tecnologia/indicacao/conversa-entre-robos-do-google-reune-milhares-de-espectadores/>>. Disponível em: 14 jun. 2017.

disciplinas dos corpos numa perspectiva cristã (prática do treinamento físico, cf. capítulo 3), bem como as necessidades do corpo bélico, atlético (prática da proteção, cf. capítulo 4) e sexuado (prática do cortejo, cf. capítulo 5).

No delineamento de teoria de leitura para análise das práticas discursivo-midiáticas de/sobre a virilidade, há um ponto de encontro entre a reflexão sobre o corpo como materialidade discursiva relacionada à função enunciativa foucaultiana (cf. subitem 1.5) e as discussões de Braga (2016) acerca do corpo envolvido em processos de produção e, principalmente, mediação dos sentidos em ambientes virtuais. Se o corpo não é descartável, amputável ou substituível, já que ele estará inevitavelmente envolvido na intrincada relação dos sujeitos com materialidades de linguagem, é inegável o fato de que determinados mecanismos tecnológicos, tomando por parâmetro comparativo modelos analógicos pré-digitais, modificaram o modo pelo qual as pessoas seguem, comentam, espiam, informam-se, opinam, aprendem, trocam informações, aprovam/reprovam condutas e — mais categoricamente — vivem e morrem. Afinal, como salientamos anteriormente, o discurso não se manifesta no mundo das ideias platônico ou em qualquer outro modo de existência metafísica; ao contrário, ele toma forma, corpo e matéria em um dado suporte, uma *materialidade repetível* (cf. subitem 1.3). Materialidade repetível/sensível que é decisiva nos processos de formulação, apreensão e circulação enunciativa.

O modelo da “interatividade” proclamado por novas mídias e pelas “pseudoredes sociais” (Braga, 2017), é insuficiente por se pautar em pretensa neutralidade operativa e transparência da linguagem, incapaz de resistir à descrição enunciativa foucaultiana (cf. subitem 1.3). Braga (2016; 2017) reafirma a necessidade de se ultrapassar o paradigma da representação que dirige o pensamento ocidental desde Platão; desse modo, há que se ampliar o escopo de reflexão epistemológica no que concerne às práticas contemporâneas, afinal as pessoas estão conectadas à internet e utilizam com frequência as plataformas anteriormente nomeadas⁵³ – o que não significa que, ao contrário do que se comumente atribui à tecnologia, ela resolverá os

⁵³ Segundo IBGE, os aparelhos *smartphone* ultrapassam os “computadores de mesa” (chamados “PC”) e se tornaram a preferência para se acessar a internet no Brasil. Os dados referentes a 2014 indicam ainda, pela primeira vez, que a internet chegou a mais da metade das casas brasileiras: 29,6 milhões das 36,8 milhões de casas conectadas dispõem de um telefone móvel para se conectar, o que representa 80,4% do total. Para mais informações, ver: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/smartphone-passa-pc-e-vira-aparelho-1-para-acessar-internet-no-brasil.html>>. Disponível em: 14 jun. 2017.

problemas da civilização ou, por outro lado, que ela seja, por si, “desgraça” que nos aflige.⁵⁴

No que toca a essa questão, Eco (1987) afirma que há dois posicionamentos opostos no que diz respeito aos efeitos da indústria cultural – atualizada à contemporaneidade, ao uso das novas tecnologias digitais. Há um paradigma “apocalíptico”, formado por dissidentes, que perceberiam o “efeito degenerativo” da emergência da assim denominada “cultura de massa”. Ao contrário, há o paradigma “integrado”, dos “não dissidentes”, que acreditam nos efeitos positivos da disposição cada vez mais democrática dos bens culturais. Sobre a crítica apocalíptica da cultura de massa, o semiólogo esclarece que há certa raiz aristocrática carregada de uma nostalgia, segundo a qual o *massmedia* apresentaria uma visão passiva e acrítica de mundo. Eco (1987) põe em xeque a classificação de MacDonald de Alta, Média e Baixa cultura: uma diferenciação supostamente pautada em valores estéticos, mas que falha na medida em que “a diferença de nível entre os vários produtos não constitui a *priori* uma diferença de valor, mas uma diferença da relação frutiva, na qual cada um de nós alternadamente se coloca” (ECO, 1987, p. 58). Para o autor, o erro dos apologistas (integrados) é considerar que a multiplicidade dos produtos seja boa em si, ao passo que o erro dos críticos (apocalípticos) é que não se pode estabelecer uma cultura pura e verdadeira, já que nada cultural está fora da lógica do mercado.

Já para Braga (2016), no pensamento ocidental, há um hiato entre “meios” e “fins” dentro do espaço epistemológico afeto aos artefatos. Dentre as razões, permanece o fato de que o corpo não é considerado parte integrante da constituição do médium, como se fosse “materialidade estática”, desprovida de qualquer princípio atuante tecnológico. Esse não reconhecimento da relação inequívoca corpo/máquina legitima discurso da autonomia funcional da tecnologia e, simultaneamente, da

⁵⁴ Conforme Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) divulgada em 2016, mais da metade dos domicílios brasileiros passou a ter acesso à internet em 2014. Os dados referentes a 2014 mostram que 36,8 milhões de casas estavam conectadas, o que representa 54,9% do total. Em 2013, esse índice era de 48%. O IBGE indicou ainda que a quantidade de internautas chegou a 54,4% das pessoas com mais de 10 anos em 2014. Conforme ressalta reportagem do portal de jornalismo G1 da Globo, são 95,4 milhões de brasileiros com acesso à internet. Para maiores informações, ver: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/internet-chega-pela-1-vez-mais-de-50-das-casas-no-brasil-mostra-ibge.html>>. Disponível em: 14 jun. 2017 e <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/pesquisas/pesquisa_resultados.php?id_pesquisa=40>. Disponível em: 14 jun. 2017.

“transferência transparente e aurática – porque ainda prometeica⁵⁵ – desta para com o próprio discurso da prótese liberação do corpo” (BRAGA, 2016, p. 177). É com o propósito de superar tal desvalorização, que o autor recorre ao conceito de “importação somática”:

Inicialmente, dele devemos extrair a tese de que, em cada processo de mediação e por mais ínfima que seja a sua expressão, ocorrem nexos somáticos entre a utilização e a constituição do médium envolvido. Quer devido à sua natureza material – como se torna assaz evidente nas estruturas de mediação digitais – quer, também, por causa das formas de configuração que nele se articulam, há uma *importação somática* operada pelo médium que se manifesta estruturalmente indispensável para as operações que é capaz de despoletar. Logo, o *médium* deixa, assim, de poder ser concebido como *instrumentum*, como simples extensão protésica do corpo (BRAGA, 2016, p. 177 – grifos do autor).

O conceito de importação, acautela o autor, não é simples inversão operativa da ideia de extensão. O pressuposto mimético se baseia numa correspondência funcional estabelecida entre médium e órgão; esse princípio nocional suporta o discurso do *corpo feito imagem*, que, parafraseando Braga (2016), atualiza a dicotomia cópia/original, reduzindo o corpo (e suas dimensões somáticas) aos dispositivos de visualização. Com efeito, para diferenciar o conceito de importação do de representação, torna-se necessário recorrer à distinção seminal entre o corpo que controla as funcionalidades do médium e a projeção gráfica do corpo. Nas análises subsequentes dos *corpora*, pesam esses dois pressupostos teóricos — esses dois corpos, por assim dizer.

O “corpo feito imagem”, no trabalho ora apresentado, não se pauta nos simplismos discutidos por Braga (2016). Refere-se à materialidade visual gráfica que suporta modos de veridicção em padrões repetíveis⁵⁶ com elevado histórico na profusão de gestos e práticas, os quais constituem discursos de/sobre a virilidade/masculinidade em propagandas, comerciais fílmicos e outros materiais de análise de mídias digitais. Por seu turno, a segunda concepção de corpo refere-se à

⁵⁵ Braga faz referência ao mito de Prometeu acorrentado, o qual teria, à revelia dos deuses do Olimpo, levado ao homem o fogo, as artes e a ciência. Metaforicamente, o discurso em causa sugere que a tecnologia libertaria o homem.

⁵⁶ No item 3.1, discute-se o conceito de “padrões repetíveis”.

ampliação do escopo pelo movimento de leitura sobre a circulação enunciativa, inteiramente presente nos meios digitais⁵⁷.

A questão da representação também é largamente problematizada enquanto “ordem de pensamento” do saber clássico sobre a tríade vida, trabalho e linguagem por Foucault (1987) em “As palavras e as coisas”. Ao final do livro, o filósofo trata da persistência com que a questão da linguagem padeceu às modificações do solo epistemológico das ciências humanas que culminaram com a criação — e posterior morte — do homem: “a última peça que saltou – e cujo desaparecimento agastou de nós para sempre o pensamento clássico – é justamente o primeiro desses crivos: o discurso que assegurava desdobramento inicial, espontâneo, ingênuo da representação em quadro” (FOUCAULT, 1987, p. 320).

Segundo o filósofo, o limiar do classicismo para a modernidade é definitivamente transposto quando as palavras cessaram de se entrecruzar com as representações e de “quadricular espontaneamente o conhecimento das coisas” (FOUCAULT, 1987, p. 320). Foucault (1987) atribui a Nietzsche a reflexão radical que emerge sobre a multiplicidade “enigmática” da linguagem, contrapondo-o ao poeta e crítico literário Mallarmé [1842-1898]. Para Nietzsche (esse pressuposto está na base da arqueologia foucaultiana), não se tratava de saber o que era, em si, o bem ou o mal, mas quem era qualificado por esses adjetivos, ou antes: *quem falava?*, “pois é aí, naquele que *mantém* o discurso e mais profundamente quem detém a palavra, que a linguagem inteira se reúne” (FOUCAULT, 1987, p. 321- grifo do autor). Dessa ruptura do ser da linguagem, agora fragmentado, distanciado de uma clareza operativa entre significante-significado em termos saussurianos, há abertura para uma série de outros questionamentos. Parafraseando Foucault (1987), Mallarmé responde à questão nietzschiana (o que/ quem fala?) afirmando que o que fala, em sua solidão, em sua vibração frágil, em seu nada, é a própria palavra (não o sentido da palavra,

⁵⁷ Em texto clássico da área de análise do discurso, Davallon (1999) relaciona “memória” e “arquivo de mídia”, antes mesmo que existisse o aspecto “digital” sobre o qual a pesquisa se debruça: “O aparecimento da imprensa parecia já ter tornado fora de uso as ‘artes da memória’ antigas e medievais. Com razão mais pertinente, o desenvolvimento dos *meios de registro da imagem e do som* [...], que permitem estocar depois restituir o saber quase tão bem quanto os acontecimentos, parece hoje nos afastar definitivamente da necessidade de situar uma parte da memória social na ‘cabeça’ dos (ou de certos) sujeitos sociais: a memória social estaria inteiramente e naturalmente presente nos arquivos das mídias” (DAVALLON, 1999, p. 23).

mas seu ser enigmático e precário). A ruptura com a ordem da representação, propiciada no campo da linguagem por Nietzsche, impõe uma série de questionamentos a essa resposta:

Que é linguagem? Que é um signo? O que é mudo no mundo, nos nossos gestos, em todo o brasão enigmático de nossas condutas, em nossos sonhos e em nossas doenças – tudo isso fala, e que linguagem sustenta, segundo que gramática? Tudo é significante, ou o que o é, e para quem, segundo que regras? Que relação há entre linguagem e o ser, e é realmente ao ser que sempre se endereça a linguagem, pelo menos aquela que fala verdadeiramente? (...) (FOUCAULT, 1987, p. 322).

Compreende-se dessa problematização que a questão da representação (expressa em binômios original/cópia; representante/representado; palavra/coisa, etc.) é vaga, lacunar e insuficiente. Segundo Braga (2016), ainda que a teoria da mimese tenha sido alvo de críticas e de propostas alternativas, no que toca à questão da tecnologia, ela ainda se apresenta como pressuposto inabalável. Eis a abertura e pertinência do conceito de “importação somática”. Para explicar o fenômeno da “importação”, tomando por base “o corpo que aciona e controla as funcionalidades do médium” (BRAGA, 2016, p. 178), Braga (2016) procede à análise do contributo artístico do pintor estadunidense Jackson Pollock [1912-1956]. Grosso modo, uma das principais características do fazer-artístico de Pollock é que ele posicionava os quadros no chão e os pintava em pé. Conforme a análise de Braga (2016), com sua *drip-style painting technique*, o artista fez da pintura verdadeira performance do corpo. Esse exemplo indica “possibilidade de importação do médium não ser transpassada e ocultada pelas formas visuais que se inscrevem na tela e que, posteriormente, ficam acessíveis à observação do espectador” (BRAGA, 2016, p. 179). Nas telas de Pollock, assim, inscrevem-se gestos do pintar em relação de primazia com o produto visual, que é a pintura⁵⁸. Em outros termos: médium e corpo se fundem.

Novas tecnologias digitais, por sua vez, tendem a encetar maior grau de importação sensório-motor, uma vez que, “ao contrário dos médiuns pré-digitais, necessitam de colmatar as dimensões materiais impostas pela convergência dos médiuns” (BRAGA, 2016, p. 179). De acordo com Braga (2016), em superfícies digitais táteis, por exemplo, há “importação” do aspecto manual (do uso dos dedos) que é o

⁵⁸ É possível acompanhar esse processo de criação artística em vídeo da plataforma YouTube disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=uy1SXVAlrDI>>. Acesso em: 15 jun. 2017.

que permite as subseqüentes operações visuais e a sequencialidade das informações. Isso significa que para o sujeito ter acesso à totalidade do material discursivo, ele precisa, em função da operatividade de certos dispositivos contemporâneos, projetar seus dedos sobre o écran⁵⁹ do *smartphone*, do *smartwatch*, do *ultrabook*, etc. A resposta ao toque não será sintomaticamente tátil, mas visual, uma vez que o objetivo de fazê-lo, em termos de comando da máquina, é acessar mais informação, não perceber pelo tato a superfície que recebe o toque para saber se ela está fria, quente, seca, molhada, etc. Novamente: médium e corpo se fundem.

As duas afirmações basilares de Braga (2016) encontram aqui seu fundamento: 1) *o corpo, ademais de superfície de inscrição discursiva, é ele próprio espaço de constituição de sentido*, isto é, o corpo é “nexo operativo” que impõe o próprio uso no processo de apreensão de materialidades de linguagem e 2) *em cada artefato de mediação há traços autorreflexivos tecnológicos que, tanto na esfera empírica, quanto na esfera imaginária, recentram o lugar do corpo na própria constituição*, isto é, o elemento material da função enunciativa, em práticas contemporâneas de natureza digital, requerem graus diferentes de importação dos próprios sentidos do corpo para que o enunciado tenha condições efetivas de irrupção, de emergência e de circulação.

Evidentemente, o último aspecto – o da circulação –, como as análises posteriores aprofundam, é afeto à existência material do “corpo importado”. Foucault (2008) afirma na “Arqueologia do Saber”, como citado anteriormente, que “o enunciado circula, serve, se esquivava, permite ou impede a realização do desejo, é dócil ou rebelde a interesses, entra na ordem das contestações e das lutas, torna-se tema de apropriação ou de rivalidade” (FOUCAULT, 2008, p. 119). A questão que se desdobra a partir dessas reflexões é: na contemporaneidade, com o advento dos novos dispositivos maquínicos (i.e., aparelhos tecnológicos de mediação), como a profusão discursiva faz reverberar discursos que se efetivam como práticas e condutas, no caso, no que diz respeito à produção da subjetividade “HOMI”? À

⁵⁹ O sistema Touch Screen é aquele que permite sensibilidade do toque na tela. Há diferentes tecnologias que propiciam resultados similares. As “telas capacitivas”, por exemplo, tecnologia utilizada nos *iPhones* e *iTouches*, funcionam a partir de uma camada carregada de eletricidade, posicionada sobre o painel do monitor. Ao se tocar na tela, parte desses elétrons é transmitida para o dedo, como se fosse um choque - mas muito leve, a ponto de não se perceber. O computador, então, entende essa pequena descarga de eletricidade naquele ponto e calcula as coordenadas, que então são traduzidas como um comando para a tela do computador. Para mais informações, ver: < <https://www.tecmundo.com.br/projetor/2449-como-funcionam-as-telas-sensiveis-ao-toque-touch-screen-.htm> >. Acesso em 15 jun. 2017.

pergunta “o que é ser HOMI?”, analisada no decorrer do capítulo um, soma-se a questão da sensibilidade digital.

Nesse sentido – e tendo em vista a natureza dessas novas mídias –, devemos considerar que os artefatos importam o modo como se percebe o real, imputando-lhe diferentes “nexos operativos”, como é o caso, atualmente, da informação tátil de resposta visual dos *smartphones* (que, reforça-se, 80% dos brasileiros com acesso à internet utilizam (IBGE, 2016)). Esse critério operativo sensível é comum em sociedades contemporâneas que utilizam amplamente o écran acionado pelo toque⁶⁰ e tal popularização tecnológica certamente apresenta consequências nos modos de circulação enunciativa.

O objetivo de traçar essa reflexão é atentar ao aspecto material, onde se *corporiza* o “homem Homem”. Corpo que é, simultaneamente, 1) inscrição discursiva, 2) corpo que a máquina dele depende para funcionar e, ainda, 3) o corpo viril nessa relação implicado. A base teórica em Braga (2016), calcada na Filosofia da técnica/tecnologia e no paradigma da medialidade das formas simbólicas, ressignifica os estudos sobre mídia/media, na medida em que, para o autor, os objetos/artefatos culturais impõem nexos somáticos, os quais intervêm nos modos de circulação.

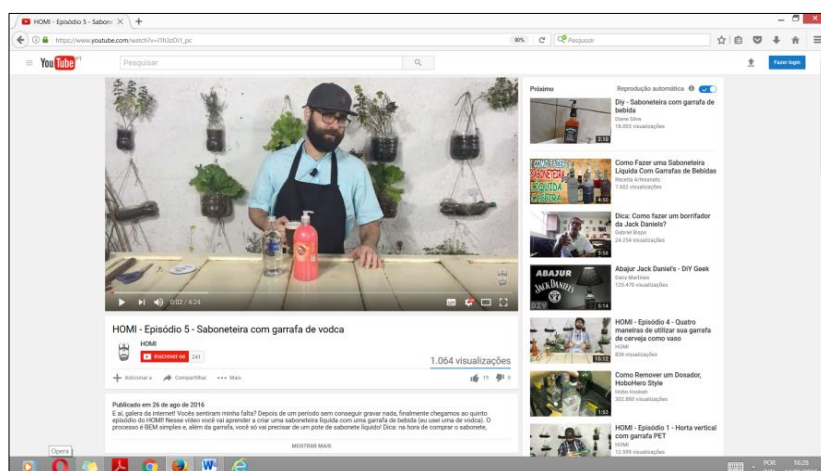
Tomamos como exemplo a materialidade anterior: o vídeo na página do *YouTube* em que se ensina como fazer uma saboneteira com uma garrafa de vodca. Tendo já desenvolvido reflexão possível sobre a superfície da língua e sobre a natureza discursiva do corpo-imagem, chamamos atenção para constituição material sensível que impõe formas específicas de mediação em dois artefatos diferentes: o de um *ultrabook* e outro de um *smartphone*. No primeiro caso (figura 1), há a barra de endereços, acima da tela, que perde gradativamente a função, já que, costumeiramente, todos os resultados que se deseja alcançar passam antes por buscadores virtuais (em especial, o *Google.com*). Termos como “endereço”, “home”, “voltar”, “avançar” remetem ao registro analógico de um mapa, como se o sujeito

⁶⁰ O que poderá – e possivelmente será - substituído por outra forma de se acionar máquinas em algum momento posterior. O fato é que o registro somático não desaparece, porque o sujeito tampouco some. Além disso, “em qualquer processo de mediação, há registro somático latente, constituído pelos processos de importação ocorridos através de outros médiuns” (BRAGA, 2016, p. 180). Dentre os exercícios de “futurologia”, vale citar a palestra de Pattie Maes concedida ao grupo *TedTalk* sobre o que denominou “Smart(er) technology”. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=0vSwTg3o2tl>>. Acesso em 15 jun. 2017.

passeasse por uma cidade ou, na metáfora primeira, “navegasse” em um “mar de informações”.

A inclusão dos termos-chave conduz à página escolhida. Antes do começo do vídeo, em momento de seleção do material de análise, surge anúncio no portal *YouTube* da série televisiva “*American Gods*” de outra plataforma digital chamada *Netflix* – essa experiência tende a ser personalizada de acordo com o país onde a máquina está e o registro de interesses associados ao IP do “usuário”, por isso esse resultado é sempre variável. Para “pular o anúncio”, deve-se esperar cinco segundos, justamente o tempo que esse comercial tem de duração. Com o clique do mouse comanda-se o início, o fim, o volume e outras propriedades do filme. O “mouse” (palavra que em português brasileiro permaneceu no vernáculo inglês de “rato”) converteu-se em um quadrado sensível, cuja diferença de pressão nos cantos inferiores direito e esquerdo substituíram os botões do elemento avulso conectado à máquina por um cabo (ou não). Após o clipe, imediatamente, a plataforma do *YouTube* começa outro vídeo similar – o que significa que, caso não haja intervenção, haverá sempre um próximo vídeo. É um processo contínuo que absorve a atenção e cria condições para tecnofantasia de que a máquina convida a permanecer frente a ela.

Figuras 1 e 2 - Vídeo do YouTube do canal “Homi”: *Ultrabook e Smartphone*.



Fonte: *YouTube*. Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=l1h3zDi1_pc>. Acesso em 15 jun. 2017.

No segundo caso (figura 2), em dispositivos *smatphones* com *touch screen*, o modelo de ficheiro que reproduz “janelas” (do vernáculo inglês, sistema operacional *Windows*) é substituído por um aplicativo que redimensiona o formato ao dispositivo de bolso. Nesses dispositivos, quem determina a operação é o toque no écran. Médiun e corpo se fundem pela tateabilidade importada nos dedos (os tais “nexos somáticos), os quais obtém resposta visual do conteúdo, da materialidade onde se assenta o discurso. Esse processo, no entanto, ao contrário do que insistem teorias da informação “integradas”, nas palavras de Eco (1987), não determina vontade plena de um usuário que, individualmente, teria o mundo “a um toque de distância”⁶¹, na medida em que existem códigos disciplinares que regulamentam condutas, na dispersão das formações discursivas, sustentados por saberes de diversas ordens que se (entre)cruzam na malha que compõe o discurso.

É lícito, dessa maneira, tratarmos da função de (co)existência, possibilidade e emergência por *regimes* (modos de controle) do dizer ⁶², do ver ⁶³ e, acrescentamos, do tocar. Submetida à percepção do toque como sensibilidade digital de apreciação dos objetos (o sistema de formação) como materialidade (último critério da função enunciativa), ao estudo se impõe maior profundidade para análise da circulação dos enunciados, que é, segundo a perspectiva da tese, orquestrada, dirigida, moldada por dados “regimes de tateabilidade”⁶⁴.

Esses regimes, enquanto sistematicidade de existência e de circulação, impõem, dentre outros aspectos, 1) modos específicos de *participar* de comunidades em rede (como as “páginas” de *Facebook*), 2) modos de se *compartilhar* os “conteúdos” (os quais não são “compartilhados” conforme acepção dicionarica da palavra, mas replicados) e 3) modos de *apoiar* causas e ideais (como o “curtir” e o

⁶¹ A metáfora comum dos anos 2000 “o mundo a um clique de distância” converte-se em “o mundo a um toque de distância” que, enquanto tecnofantasia, promete o livre acesso aos recursos que a sociedade disporia a serviço do bem-estar de todos: eis a falácia segundo a qual o advento do “cyber” é, em si, acesso à democracia e à igualdade. São exemplos as reportagens da Istoé de abril de 2000: <http://istoe.com.br/34211_A+UM+CLIQUE+DE+DISTANCIA/>. Acesso em 15 jun. 2017; e a reportagem do Instituto Ciência Hoje de maio de 2015: <http://www.cienciahoje.org.br/noticia/v/ler/id/3611/n/ciencia_a_um_toque_de_distancia>. Acesso em 15 jun. 2017.

⁶² Regimes do dizer ou de “dizibilidade”: o que se pode e deve ser dito.

⁶³ Regimes de visibilidade: o que se pode e se deve fazer visível.

⁶⁴ Sobre os “sistemas de formação” e a “função enunciativa”, ver Foucault, 2008 (p.21-79) e, neste trabalho, o capítulo 2.

“seguir”). Estudos de tratamento estatístico (Quattrociocchi [et al], 2016; Del Vicario [et al], 2015; Goldie [et al], 2014) sugerem, inclusive, que redes sociais promovem polarização na medida em que seu algoritmo de funcionamento apresentam na tela inicial, predominantemente, perfis de pessoas com as quais o usuário comunga das mesmas opiniões. É espaço ideal para disseminação de notícias falsas e intensificação da intolerância⁶⁵.

Não temos a pretensão de propor uma unidade de análise continuísta (FOUCAULT, 2008) ou determinar o funcionamento específico de uma rede social ou outra. A noção de “regime de tateabilidade” oferece uma leitura possível do modo pelo qual os chamados “conteúdos” reduplicados constituem, em sua estreiteza e singularidade, sentido. São os movimentos de saber e as relações de poder, em última instância, que definem “segundo que regras um enunciado foi construído e, conseqüentemente, segundo que regras outros enunciados semelhantes poderiam ser construídos” (FOUCAULT, 2008, p. 30), já que

[...] o que se analisa aqui não são, certamente, os estados terminais do discurso, mas sim os sistemas que tornam possíveis as formas sistemáticas últimas; são regularidades pré-terminais em relação às quais o estado final, longe de constituir o lugar de nascimento do sistema, se define, antes, por suas invariantes. Atrás do sistema acabado, o que a análise das formações descobre não é a própria vida em efervescência, a vida ainda não acabada, mas sim *uma espessura imensa de sistematicidades, um conjunto cerrado de relações múltiplas*. (FOUCAULT, 2008, p.85 – grifos nossos).

O regime de tateabilidade, como definido aqui de forma introdutória para análise de materialidades discursivas digitais contemporâneas, em seu “conjunto cerrado de relações possíveis”, têm como uma das principais características diferentes modos de *remissividade*, se comparada ao registro analógico. Segundo Braga (2015), “a gradual diferenciação das principais estruturas sistêmicas fez com que a sociedade moderna se confrontasse com a necessidade de compartimentar a construção e a transmissão do conhecimento” (BRAGA, 2015, p.15). Esse aumento do fluxo de informações provocou expansão gradual das fontes de mediação do conhecimento. Para o autor, as remissões introduzem traço sintomático nas estruturas

⁶⁵ Denomina-se “câmara de eco” (echo chamber) a esse fenômeno da esfera da circulação, já que o usuário recebe sempre mais do mesmo (como o fenômeno físico de que deriva a designação).

e funções sígnicas indicando que há mais informação em sinais gráficos ou visuais além de sua própria constituição. Um trecho em site de internet, além de tratar sobre tópico X, pode possibilitar, por marcação específica (como o sublinhado e destaque em azul), que se vá a outro site que contém mais informações sobre o tópico. Dá-se o nome de *hiperlink* a esse recurso. Com o *hiperlink*, quebra-se a estrutura rítmica de sequencialidade presente, por exemplo, em um livro que necessita ser lido do começo ao fim para que dele se apreenda o conteúdo (a superfície discursiva) em sentido estrito:

Por conseguinte, dizer que “tanto x quanto y partilham do mesmo predicado” é uma asserção que evidencia a constituição de uma relação. Diferente será, pelo contrário, afirmar que “x está conectado a y”. Aqui, nesta segunda asserção impera um processo semiótico indexical; e é a partir deste que se podem avaliar as implicações e consequências da remissividade para estruturação das formas reflexivas do pensamento. Neste caso, como a remissividade contém uma natureza semiótica indexical, o ato de remeter implica, na sua elementaridade processual, a geração e constituição do binómio “indexante-indexado”. No universo digital, o “indexante” pode assumir as formas de ícone, conceito, imagem, etc. Da mesma maneira que, no interior do hipertexto digital, as remissões ocorrem não apenas entre caracteres, imagens, sons – um médium remete para outro médium. (BRAGA, 2015, p.21).

De acordo com Braga (2015), desse modo, há sempre uma página depois de outra página — o que cria, em certo sentido, a impressão de universalidade e onipresença. Aliás, a internet é povoada de horizontes metafóricos distintos: é um mar a ser navegado, é uma teia de aranha (do inglês, *Web*), é o mapa de uma cidade (ou de todo o mundo) e é também um livro (com páginas infinitas sobre tudo). Para Braga (2015), esse processo de mediação se define pela inteligibilidade interpretativa que desconstrói a linearidade de registros analógicos por meio de certo “mapeamento entrópico da informação”. Entrópico, caótico e labiríntico: estaria o sujeito cada vez mais preso ao “fio de Ariadne”,⁶⁶ conforme interpreta Braga (2015), que o leva para longe — e para perto — do Minotauro. No vídeo (figuras 1 e 2), as imagens ao lado (no caso do *ultrabook*) e abaixo (no caso do *smartphone*), assim, representam figurativamente não apenas outros vídeos do portal, como também, ao toque (ou clique) “conduzem” o sujeito a eles. Não há um caminho único e sequencial: há uma

⁶⁶ Braga faz referência a Ariadne, personagem da mitologia grega, filha do rei de Creta, Minos. Segundo o mito, ela ajuda Teseu (por quem se apaixonou) a sair do labirinto da criatura bestial meio-homem, meio-touro Minotauro seguindo um novelo de lã.

multiplicidade de direções, assuntos e lacunas enquanto possibilidades que se abrem ao “navegador” (de um mar revolto), “usuário” (controlador da máquina) ou “leitor” (das páginas de um grande livro).

Em certo sentido, são regimes de tateabilidade que se sobrepõem aos modos de ver, de ouvir, de curtir, de seguir, de compartilhar certos materiais onde o discurso se assenta, como é o caso da funcionalidade “gostei” (chamado também de *like* ou “curtir”). A página em questão (“Homi”, canal do *YouTube*) faz irromper discurso sobre masculinidade na medida em que atualiza, pela sua própria constituição, a pergunta-base da investigação: o que é ser homem viril? Para desenvolvimento do estudo, coletamos, em redes sociais (em especial o *Facebook*), uma série de páginas que tematizam a masculinidade e que constituem pontos de encontros (a princípio) virtuais. A análise e seleção dos *corpora* foram organizados numa grande tabela (ANEXO III), a qual, devido a funcionalidade do sistema que organiza os dados, nos permite conhecer o número de “seguidores” e “tipo de página”. Os primeiros resultados constam abaixo:

Quadro 5 - Fragmento de quadro enunciativo, *Facebook*.

NOME	TOTAL DE CURTIDAS	SEGUIDORES	TIPO DE PAGINA	ITEM “SOBRE”	HISTORIA
FAÇA JUS A SUA BARBA	1.258.905	1.262.278	ESCRITOR	A “FAÇA JUS A SUA BARBA” É UMA PÁGINA DE AMOR. CLIQUE EM “VER PRIMEIRO” E APAIXONE-SE SE INSCREVE NO NOSSO CANAL NO YOUTUBE FAÇA JUS A SUA BARBA	ERA UMA VEZ CARA QUE AMAVA ESCREVER SOBRE SUAS EXPERIÊNCIAS DE VIDA, SOBRE RELACIONAMENTO E COTIDIANO. REZA A LENDA QUE A SUA SABEDORIA ESTAVA NA BARBA... TOCAVA AS MULHERES, MAS NÃO USAVA AS MÃOS PARA ISSO. USAVA UMA CANETA E UM PAPEL. ALGUMAS DIZIAM ATÉ QUE ELE ERA FEITICEIRO E QUE TINHA O PODER DE LER SUAS MENTES. VAI SABER...
O MUNDO DOS HOMENS	1.256.537	1.261.409	ENTRETENIMENTO	PAGINA OFICIAL DO MUNDO DOS HOMENS	NÃO PODEMOS MUDAR O PASSADO, MAS TEMOS O PODER DA ESCOLHA, PARA GARANTIR O NOSSO FUTURO.
HOMEM DE HONRA	998.360	1.005.732	ORGANIZAÇÃO · EMPRESA	PAGINA PARA HOMENS DE HONRA, AQUI O CARÁTER ESTÁ EM PRIMEIRO LUGAR.	ESPAÇO VAGO.
ORGULHO DE SER HÉTERO	997.664	999.981	CAUSA	PAGINA OFICIAL DO BLOG ORGULHO HÉTERO.	ESPAÇO VAGO

Fonte: Autoral. Dados coletados dia 20 abril 2017; 17h00-18h21 (UTC/GMT).

Esse quadro enunciativo⁶⁷ acrescenta critério numérico à pergunta-problema: “Tendo em vista que a ordem do discurso vigente pressupõe a equidade dos gêneros, por que, em práticas midiáticas brasileiras contemporâneas, irrompem *antigas*

⁶⁷ Do qual foram extraídos os exemplos de páginas e *posts* para análise, cf. quadro 4 (segundo conjunto). O quadro enunciativo integral consta do ANEXO III.

verdades sobre o homem viril, *naturalmente* dominador?” Em termos de circulação enunciativa, o acesso às redes sociais, inexoravelmente, cria condições de emergência para irrupção de diferentes discursos, os quais, por vezes, atentam contra a vontade de verdade com peso legal da equidade dos gêneros. Essas redes apresentam um espaço fértil para que discursos que poderiam vir a ser classificados como misóginos e homofóbicos repercutam e sejam “curtidos” – no caso da página “Faça jus a sua barba”, por exemplo, por um milhão duzentas e cinquenta e oito mil novecentas e cinquenta pessoas.

Compreender a produção da subjetividade em mídias digitais contemporâneas implica refletir sobre o impacto das tecnologias que suprimem a existência da subjetividade, as quais, sob a alcunha do “cyber”, reduzem a questão da circulação enunciativa à pretensa autonomia tecnológica – fantasiosa, para Braga (2017). A expressão “regimes de tateabilidade”, assim, tem por objetivo acrescentar ao critério material do discurso a sensibilidade digital em suas dimensões somáticas.

2.4 SENSIBILIDADE DIGITAL E DISCURSO

O discurso é [...] prática em cujo funcionamento forma sistematicamente os objetos de que fala. Dotado de um conjunto de enunciados, ele possui um mesmo princípio organizador que não se reduz às questões de língua nem tampouco aos atos de fala. É isso o que se destaca como o que mais importa fazer aparecer do discurso; que é preciso descrever e dele estabelecer procedimentos, os quais fazem aparecer um conjunto de regras relativo à prática discursiva. Esta que, por sua vez, se constitui em elemento de inquietações e na qual se reconhece estar circunscrito o objeto de que se trata. Compreende-se, assim, que ‘essas regras definem não a existência muda de uma realidade, não o uso canônico de um vocabulário, mas o regime [de formação desse] objeto’ (FOUCAULT *apud* TASSO, 2013, p.117). Trata-se de modos de caracterização de uma prática discursiva. (TASSO, 2013, p. 117).

Discutimos, no capítulo, o paradigma da medialidade e o aspecto somático do processo de apreensão e de circulação enunciativa em relação aos aparelhos tecnológicos digitais, isto é, aqueles que funcionam por meio de sistemas específicos, que reduzem tudo a dicotomias operativas (0-1). O desenvolvimento de sistemas de linguagem de programação e da multiplicidade de códigos-fonte proporcionou o advento das redes sociais e, conseqüentemente, das ferramentas de intercâmbios de

vídeos, imagens, dizeres, notícias, *memes*, etc.⁶⁸. Tais redes ou “pseudo-redes” sociais — já que, em si, não substituem o “real” ao contrário do que comumente se idealiza — constituem instância privilegiada de exercício de saber/poder. Parafraseando Tasso (2013), instância que, como tal, perpetua, na atualidade dos “fatos”, complexa rede enunciativa, detentora de regras próprias de funcionamento, que busca equilíbrios difíceis de serem rompidos. Ainda: “condição de possibilidade de os enunciados-acontecimento dizerem-se, no jogo de uma exterioridade - sem o risco de que o dito desapareça ao acaso e com a expectativa de que os procedimentos adotados façam aparecer a lei na qual se detenha as regras para a enunciabilidade e o funcionamento discursivo” (TASSO, 2013, p. 117).

Os enunciados-acontecimento a que se faz referência são aqueles que circunscrevem e modelam condutas sobre masculinidade e virilidade, que tomam o corpo como anteparo em que se depositam acúmulos de impressões e de gestos, cuja natureza é discursiva e, portanto, histórica, cultural, social, linguística, enfim. Essa sensibilidade — sensibilidade digital e materialidade repetível das formas de veridicção — refuta as teorias da soberania da consciência. Postura necessária, conforme provocação de Foucault (2008): “vamos perguntar-lhes de onde vêm, qual é a destinação histórica que atravessa sem que disso se deem conta, que ingenuidade as impossibilita de ver as condições que as tornam possíveis, em que clausura metafísica se fecha seu positivismo rudimentar” (FOUCAULT, 2008, p. 227).

Nesse sentido, desenvolver um movimento de leitura tendo como base o conceito de importação somática ou, especificamente, de certos regimes de tateabilidade na análise das materialidades digitais, implica problematizar o discurso da autonomia da máquina, da interatividade, que povoa o imaginário da internet, da publicidade e, como demonstrou Braga (2016; 2017), da reflexão filosófica. Ao contrário do que pregam as tecnofantasias, pautadas em teoria de mimeses (como *imitatio*, cf. nota de rodapé 44) e na concepção protésica de corpo, a realidade (tal como a apreendemos, em formações discursivas) é mediada por formas simbólicas culturais

⁶⁸ Cumpre salientar que a internet foi desenvolvida durante a guerra fria para interligar sistemas de dados com fins militares. Essa primeira “rede” foi chamada de ARPANET e foi criada no Estados Unidos pela *Advanced Research Projects Agency*. Para mais informações, ver: < <http://www.tipografos.net/internet/internet-evolucao.html> >. 25 jun. 2017; e, no âmbito das reflexões sobre discurso e a internet ver Rocha (2017).

que se inscrevem num universo social e é nessa reflexão — ao contrário da concepção de cultura como fatalidade herdada, sobre a qual nada se pode fazer — que há possibilidade de resposta, conforme a epígrafe desse capítulo.

A inclusão tátil do dispositivo, em que pesam intrincadas formas de remissividade (BRAGA, 2015), como exemplificamos anteriormente, operou transformação em relação aos registros analógicos. Transformação indelével no que tange, em especial, à circulação enunciativa, a qual constitui grandes corpos sociais em termos numéricos, criando, assim, condições efetivas para proliferação discursiva. Tratar do corpo importado do utilizador em Braga (2016; 2017), que se refere ao sujeito que controla as operações maquínicas, portanto, não é trazer à tona revisão de teoria de intenção⁶⁹. Ao contrário: é compreender que a máquina não possui autonomia que a inscreveria em pretensa neutralidade operativa. A ideia de uso não está vinculada, portanto, à subjetividade criadora, mas às condutas dos homens circunscritas a jogos de saber e de poder que esses dispositivos estão submetidos enquanto filosofia da técnica/tecnologia, ancorada, por sua vez, nas reflexões de Cassirer.

Em “Mediação e exemplificação: da discursividade da chamada ‘arte interativa’”, Braga (2015) é incisivo em relação ao discurso da imersão, que subsidia equívocos conceituais sobre os quais se dissertou anteriormente (cf. subitem 2.2). Para o autor, não existe “realidade imediata” (ou a-mediada), porque não há desaparecimento do médium. O próprio sintagma “realidade virtual” é, em si, falho: não existe nada mais material e corporal do que as relações que se trava frente a um computador, um *smartphone*, um *smartwatch*, etc. Assumimos que esse processo de corporificação instaura, no discurso, complexa rede enunciativa detentora de regras próprias de funcionamento, que busca equilíbrios difíceis de serem rompidos (TASSO, 2013).

⁶⁹ A noção de intenção em linguística textual, por exemplo, assevera que o exercício da linguagem (como a produção de texto) é uma atividade verbal consciente, “por meio da qual o falante dará a entender os seus propósitos, sempre levando em conta as condições em que tal atividade é produzida; considera-se, dentro dessa concepção, que o sujeito falante possui um papel ativo na mobilização de certos elementos [...]” (BENTES, 2000, p. 255). Foucault (2008), por seu turno, toma o sujeito como uma posição vazia, a ser “preenchida” no jogo que caracteriza a linguagem. Para mais informações, ver “A Formação das Modalidades Enunciativas” (2008, p. 56); sujeito enunciativo em “A Função Enunciativa” (2008, p. 99) e, nesta tese, subitens 1.4 e 1.5.

Já na década de sessenta, Foucault (2013) afirmou que o corpo é “topia desapiadada”, ou seja, é o lugar do qual o sujeito não se desvincula, que estará irreparavelmente sempre aqui e nunca em outro lugar. Para o filósofo (2013): “meu corpo é o contrário de uma utopia, é o que nunca está sob outro céu, é o lugar absoluto, o pequeno fragmento de espaço com o qual, em sentido estrito, eu me corporizo” (FOUCAULT, 2013, p. 1). Desse modo, a metáfora de McLuhan (2001) não poderia ser mais imprecisa já que o corpo não desaparece, senão como sonho tecnofantástico (BRAGA, 2016; 2017).

O paradigma da medialidade, na pesquisa ora desenvolvida, refere-se às materialidades de linguagem que, no jogo contingente das verdades, dizem o que o mundo é (perspectiva contrária à análise de cunho lógico-gramatical, cf. item 1.1). No que diz respeito às novas tecnologias e ao corpo, acrescentamos à reflexão da natureza material do discurso (em especial do sistema de formação dos objetos e do critério da materialidade como função enunciativa) os dois princípios nocionais aqui examinados, nomeadamente: 1) *o corpo, ademais de superfície de inscrição discursiva, é ele próprio espaço de constituição de sentido*, e 2) *em cada artefato de mediação há traços autorreflexivos tecnológicos que, tanto na esfera empírica, quanto na esfera imaginária, recentram o lugar do corpo na própria constituição* (BRAGA, 2016; 2017).

Logo, “mídia” (termo brasileiro de *media*) é, sob essa perspectiva, o que está *entre*, no *meio*. No estudo, as práticas midiáticas referem-se às modalidades estatutárias que se prestam a “divulgar” comercialmente um produto, bem como *posts* de redes sociais, vídeos de plataforma *YouTube* (como o exemplo aqui mencionado), etc. Temos, assim, o propósito de compreender nessas formas de articulação os feixes de relações (inferências, deduções e disposições) que estabelecem, conforme análises dos capítulos posteriores, norma e exclusão: do gordo, do imprestável e do efeminado. O discurso, no domínio da cultura, campo simbólico das operações humanas (BRAGA, 2016, 2017) é, finalmente, corporificado: corpo imagem, corpo que máquina importa e, no que se deseja frisar, corpo viril – o qual se constitui nas três práticas em questão – treinamento, sustento e cortejo.

Reconhecer as formas de articulação simbólicas, para Braga (2014), visa compreender as possibilidades de mutações desses mesmos fenômenos, pois é na dinâmica da criação da forma que se pode pensar a dinâmica emergente das relações

sociais: “é esta a primeira *ponte entre culturas*, entre mundos sociais distintos, pois é a faculdade simbólica que viabiliza *a formação dos horizontes de sentido* entre indivíduo e sociedade. Por isso, as chamadas relações interculturais passam pela consciência desta ponte, deste patamar comum” (BRAGA, 2014, p. 63 – grifos nossos). Compreender essas pontes, ou seja, essas relações estreitas, firmes e aparentemente tão estáveis (como se naturais), somaticamente assentadas no/pelo discurso, é o desafio dos próximos capítulos.⁷⁰

⁷⁰ Nas considerações finais do estudo, primeira parte, encontram-se algumas reflexões incipientes sobre a relação do fenômeno da importação somática e da constituição da virilidade.

3. PRÁTICA DISCURSIVO-MIDIÁTICA DO TREINAMENTO FÍSICO

*Tá saindo da jaula o monstro*⁷¹

Examinamos, no capítulo anterior, a dimensão do corpo no contato da tecnologia com fenômenos socioculturais, em especial no que diz respeito à circulação enunciativa. Tendo em vista o horizonte teórico da medialidade, Braga (2016; 2017) concebe a “importação somática” como parâmetro de reflexão que problematiza as teses mentalistas e integradas (ECO, 1987) para as quais o advento dos novos meios de comunicação teria, por si, capacidade de tornar a sociedade plenamente democrática e igualitária. Tais narrativas “tecnofantásticas” têm por característica metafórica negar o corpo, substituindo-o por recursos avançados de modo a liberar o homem da clausura que o limita (cf. subitem 2.2).

Na contemporaneidade, segundo leitura possível, recuperam-se modelos de perfeição corporal. Modelos de beleza física e moral com violência platônica no estabelecimento do ideal e do imperfeito (cf. “doutrina das formas”, subitem 1.2). Modelos que, segundo a lógica da profusão de dados, formam comunidades de aprovação, cujo compartilhamento está surdinado ao toque dos dedos (cf. “regimes de tateabilidade”, subitem 2.3), às paixões ardentes que movem as redes sociais e, conseqüentemente, à opinião pública onde ela se concentra. Vínculo aparentemente tão firme, forte e estabilizado, como se natural, entre *masculinidade* e *dominação*: trata-se de um efeito, cuja peripécia, segundo uma das faces do discurso em análise, desenrola-se em exercício de construção de si no ambiente institucional das academias de ginástica, que separa meninos dos homens, que separa homens de “homens Homens”.

O propósito desse primeiro momento analítico é compreender como a corporeidade está relacionada ao empreendimento viril, retomando, para tanto, o mito da performance/potência e do autossacrifício, cujo investimento é atravessado por domínio médico (de saúde, bem-estar) e religioso (pecado, danação) em materialidades amplamente divulgadas em ambiente digital, as quais compõem um grande mosaico de “padrões iconográficos” sobre como o corpo do homem deve ser.

⁷¹ Enunciado divulgado em vídeo de musculação do *YouTube* protagonizado por Kléber Bambam, ganhador da primeira versão do *reality show* “Big Brother Brasil”. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tMb32brZ4LU>>. Acesso em 15 jan. 2017.

Corpo que é, de acordo com a natureza desse discurso, moldável, a matéria-prima de trabalho árduo ou de desleixo. Em um primeiro momento, discutimos a constituição do “corpo modelo”, iconograficamente assentado em revistas masculinas sobre “vida saudável”. Em um segundo momento, tendo por base *posts* de redes sociais, tratamos dos regimes de exclusão do corpo gordo, a antítese do “projeto verão”, do “shape”, do “macho moderno”, segundo as diretrizes dessa prática discursivo-midiática.

3.1 CORPO MODELO

Foi Platão que, segundo consta de *Timeu V* (séculos V-VI a.C.) e *Fedro XXX* (séculos V-VI a.C.), estabeleceu duas das concepções com as quais se reconhece a beleza e, por conseguinte, a verdade: *harmonia* e *esplendor* (ECO, 2013). De acordo com Eco (2013), para Platão, a beleza não tem existência autônoma, distinta do suporte físico que acidentalmente a exprime. Ela não está vinculada, portanto, a este ou àquele objeto físico, pois resplandece em toda parte. A beleza não corresponde àquilo que se vê: a “visão sensível” deve ser superada pelo exercício intelectual da “arte dialética” (ou seja, da filosofia), que revela as essências imutáveis e perfeitas. Por essa razão, a arte (como cópia do real, “mimese”) é deseducativa; melhor seria bani-la e substituí-la pela beleza das formas geométricas, constructos matemáticos perfeitamente proporcionais. A mesma lógica se aplica à apreciação do corpo em Platão – “sepulcro” que prende a alma ao mundo das formas mutáveis e imperfeitas.

Pois bem: os arremedos humanos da justiça e da sabedoria, e todas as outras qualidades da alma, não têm fulgor nas suas imagens terrestres e, observando-as com sentidos obtusos, somente poucos, e com dificuldade, reconhecem nessas imagens o modelo daquilo que representam. Mas a beleza era visível em todo o seu esplendor quando, na corte dos bem-aventurados, deparávamos com o espetáculo ditoso em que alguns de nós seguíamos Zeus e o restante outros deuses. Iniciados nos mistérios divinos, nós os celebrávamos íntegros e puros, isentos das imperfeições em que mergulhamos no curso ulterior do nosso caminho. Integridade, simplicidade, imobilidade, felicidade eram as visões que a iniciação nos revelara, imersas numa pura e clara luz. Não tínhamos mácula nem tampouco contato com esse sepulcro que carregamos conosco e que chamamos de corpo, ao qual estamos acorrentados como a ostra à sua concha. (PLATÃO; *Fedro XXX APUD ECO*, 2013, p. 49).

Apurou-se, dessa abordagem, concepção estético-matemática do universo segundo a qual “corpos regulares” foram estudados e celebrados como modelos ideais. Eco (2013) cita, como exemplo do neoplatonismo humanista e renascentista, o *Homem Vitruviano* de Leonardo da Vinci [1452-1519], o *De perspectiva pingendi*, de Piero della Francesca [1415-1492] e *De divina proporzione*, de Luca Pacioli [1445-1517], assim como desenhos arquitetônicos que (se) fundam (n)as diretrizes da *proporção*. Nesse sentido, as coisas existem porque refletem uma dada ordem e são ordenadas porque nelas se realizam as leis da natureza (ECO, 2013).

Importante aspecto, a *simetria* se tornou exigência necessária quando pitagóricos como Filolau [470 a.C-385 a.C] e Arquitas [428 a.C-347 a.C] absorveram, em suas doutrinas, a ideia de equilíbrio entre duas entidades opostas que se neutralizariam uma a outra, de uma polaridade entre dois aspectos contraditórios entre si, mas harmônicos porque se contrapõem (ECO, 2013). No século IV a.C., Polícleto produziu uma estátua chamada de *cânone*, pois nela se encontravam todas as regras de uma justa proporção⁷². O princípio do cânone não era, contudo, exatamente equilíbrio entre dois elementos iguais. Parafraseando Eco (2013), todas as partes do corpo deveriam adaptar-se reciprocamente segundo relações proporcionais em sentido geométrico: “A” está para “B”, assim como “B” está para “C”. Vitruvius, mais tarde, exprimiu as justas proporções corporais em frações da figura inteira: a face deve conter 1/10 do comprimento total, a cabeça, 1/8, o comprimento do tórax, 1/4, etc. Segundo o historiador e naturalista romano Plínio, o Velho [23 d.C.-79 d.C.],

Polícleto de Sicião, aluno de Agelade, fez o Diadúmeno, figura efeminada de jovem célebre por ter sido avaliada em cem talentos, mas fez também o *Doríforo*, viril figura de rapaz. Criou igualmente aquele que os artistas chamam de Cânone, onde eles vão buscar as regras da arte como quem se remete a uma lei. Ele é considerado o único homem que encarnou em uma obra de arte, a própria arte. (PLÍNIO, o Velho (século I). História Natural, I, 34 APUD ECO, 2013, p. 75 – grifos nossos).

O ideal grego de perfeição era representado pela *kallokagathia*, termo que mescla as palavras *kállos* (genericamente traduzido como “belo”) e *agathós* (termo

⁷² “Deus querendo assemelhá-lo ao mais belo e ao mais completamente perfeito dos animais inteligíveis, compôs um só animal visível, que recolhe dentro de si todos os animais que lhe são naturalmente afins [...]. E o mais belo dos laços é aquele que, na medida do possível, faz de si e das coisas afins uma coisa só: ora, a proporção realiza isso de modo bellissimo” (PLATÃO, *Timeu*, V APUD ECO, 2013, p. 49).

usualmente traduzido como “bom”). Observou-se que a virtude de ser *kállos* e *agathós* definia uma pessoa de aspecto digno, de coragem, estilo, habilidade e conclamadas virtudes esportivas, militares ou morais. À luz desse ideal, o helenismo elaborou vasta literatura no que diz respeito à relação entre feiura física e feiura moral (ECO, 2014). Assim, a escultura Doríforo representou o perfeito do corpo masculino segundo engajamento gregário; esse modelo de sucesso foi replicado por sucessivas gerações de artistas muito em função das contingências históricas da constituição da cultura ocidental.

A escultura *Ares Borghese*⁷³, que consta da coleção de esculturas de arte clássica do Museu do Louvre, por exemplo, é um dos desdobramentos do cânone artístico de Polícleto. A obra materializa o cânone anatômico masculino desnudo em postura guerreira, cujas armas, possivelmente em bronze, perderam-se no decorrer dos séculos. Parece paradoxal em ambiente bélico a afirmação do nu como lugar antropológico, em que a defesa do corpo e da própria vida é fulcral. Para Rodrigues (2011), contudo, a nudez do guerreiro grego – exposta através da revelação do corpo – associa-se a culto dos ideais de intrepidez, de pureza, de humanidade, de poder e de superioridade: preceitos e nuances de verdade, os quais ressoam na constituição do sujeito sobre o qual a pesquisa se debruça.

⁷³ Escultura em mármore branco, de dois metros e dez de altura, cujos trabalhos em bronze perderam-se ao longo dos séculos. Há controvérsias sobre se a escultura reproduz o deus Ares ou herói Aquiles. Segundo catálogo do Museu do Louvre, associa-se à Vênus de Milo, sendo o casal símbolo de força guerreira e paz. Mais informações em: < http://cartelen.louvre.fr/cartelen/visite?srv=car_not_frame&idNotice=849 >. Acesso em 05 jan. 2019.

Figuras 3, 4 e 5 - Nu masculino, esculturas clássicas.



Fonte: Figuras 3 e 4. *Fotografia de Rafael Fernandes*. Museu do Louvre. *O nu masculino* – escultura grega clássica (430-370 a.C.). Figura 5. *Doríforo*. *Ficheiros do Museu de Nápoles*. Disponível em: <<https://www.museoarcheologiconapoli.it/en/room-and-sections-of-the-exhibition/sculptures-of-roman-campania/>>. Acesso em 05 jan. 2019.

A experiência artística das duas esculturas, bem como dos ideais gregos de *harmonia, proporção e beleza*, cumprem a função de indicar caminhos segundos os quais concebeu-se padrão de correto na corporeidade do homem, haja vista que a construção da subjetividade provém, como se tratou anteriormente, de uma historicidade profunda inscrita em regimes de (in)visibilidades no cerne das práticas discursivas (FOUCAULT, 2008). Essas práticas estabelecem a verdade do tempo: um processo coercitivo e produtor de efeitos regulamentadores de poder que definem, em uma determinada época e para uma determinada sociedade, o certo e o errado, o bom e o ruim, o justo e o injusto, o que se é permitido dizer e fazer ou não. Sob tais regimes, os discursos organizam-se em feixes de relações (de inferências, deduções, disposições, articulações...) que funcionam como regra, ou seja, que apresentam certa regularidade (FOUCAULT, 2008). É o caso da iconografia corporal em circulação em determinadas revistas, cujo público alvo é aquele que cultua o corpo “sarado” e “perfeito” – espécie, talvez, de Doríforo do século XXI. Escultura, nesse caso, feita na/da carne, cuja nudez estende-se somente até a região pélvica.

Figuras 6, 7 e 8 - Revista Men's Health – edições portuguesas.



Fonte: Disponível em: < https://www.google.com.br/search?q=men's+health&biw=2259&bih=1100&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=zHohVYvtNszdsAWxwoGQDA&ved=0CAYQ_AUoAQ >. Acesso em 15 jun. 2017.

Segundo portal eletrônico da editora Abril⁷⁴, a revista *Men's Health*, “a maior revista masculina do mundo”, está presente em mais de quarenta países e “é o instrumento fundamental para o homem que busca qualidade de vida e equilíbrio entre trabalho e vida pessoal”. Dedicada a temas que se endereçam ao “homem moderno”, segundo uma possibilidade de leitura, recria-se a experiência artística da escultura Doríforo, adequada às exigências do discurso econômico do século XXI. As três edições de língua portuguesa em análise, em suas chamadas de reportagens, atentam para construção obstinada do corpo tendo por meta “corpo ideal”, “corpo de verão”, de “superforma”: maleabilidade do corpo que se expressa ora pela falta - “ganhe músculos”, “tenha um *six-pack* assim”-, ora pelo excesso -“perca peso” e “perca barriga”. No que se refere especificamente a edições brasileiras da mesma revista, a adaptação é tão somente de variação linguística. São algumas das chamadas principais:

- 1) Magro, ágil e forte
- 2) Shape de verão
- 3) Detone Gordura
- 4) Tanque e peito de aço
- 5) Braços fortes já!

⁷⁴ Disponível em: < <https://www.assine.abril.com.br/portal/revista/initRevista.action?codProjeto=1020&codCampanha=EAJ2> >. Acesso em 15 jan. 2018.

Segundo sistema de regularidade, o sujeito tem tal controle e domínio sobre si que o corpo se curva à sua vontade⁷⁵. É uma perspectiva metonímica, fragmentária: trata-se ora do trabalho com os braços; ora com abdômen e com peito, que serão (promete-se) convertidos em aço, tamanha força e resistência. O discurso da substituição protésica do corpo (cf. capítulo 2) encontra espaço de irrupção, também, nas chamadas revistas masculinas. Ademais, o enunciado “magro, ágil e forte” determina três adjetivos segundo os quais o leitor identifica como sinal de sucesso. É um processo nada sutil (considerando os verbos no infinitivo) face a críticas em relação às mesmas estratégias das revistas femininas que, revigoradas, encontraram no corpo do homem espaço de expressão (e de vendas).

Segundo Foucault (2008), a análise enunciativa se dirige a formas específicas de acúmulo, de modo que não cabe à análise

[...] despertar textos de seu sono atual para reencontrar, encantando as marcas ainda legíveis em sua superfície, o clarão de seu nascimento [...] trata-se, ao contrário, de segui-los ao longo de seu sono ou, antes, de levantar os temas relacionados ao sono, ao esquecimento, à origem perdida, e de procurar que modo de existência pode caracterizar os enunciados, independentemente de sua enunciação, na espessura do tempo em que subsistem, em que se conservam, em que são reativados, e utilizados, em que são, também, mas não por uma destinação originária, esquecidos e até mesmo, eventualmente, destruídos (FOUCAULT, 2008, p. 139-140).

Remanências que são, portanto, próprias do jogo do discurso enquanto trabalho de memória. No que se refere à corporeidade, há uma relação intrínseca da virilidade com esporte ou, no caso, com o “estilo de vida saudável”. Vigarello (2013a) identifica a referência implícita, nas primeiras práticas esportivas do século XIX e XX, à força, coragem e dominação: “quando a Enciclopédia dos esportes britânica menciona suas fórmulas, que se tornam mais ‘sérias’ ou marcadamente mais

⁷⁵ Vale ressaltar que a observação dos sinais manifestos do corpo, contudo, não é a mesma se se trata de um adivinho, um médico antigo, um fisionomista, um artista e um body-builder. “O mesmo se passa com a afirmação vaga e geral segundo a qual o corpo sempre ‘falou’, asserção que adquire sentido no processo de longa duração histórica em que pouco a pouco o corpo passou a constituir um sinal, antes de mais nada *livro* onde Deus imprimiu seus mandamentos, em que os astros gravaram sua marca eterna, onde se podia ver ainda o reflexo das semelhanças com os animais; depois *retórica* submetendo o corpo ao império das figuras e posturas; em seguida, *linguagem* que traduzia no rosto a singularidade e a sensibilidade do indivíduo; então *organismo* que ignorava a interioridade individual na língua das reações e sintomas; e por fim *discurso* que busca a união problemática entre o sujeito e o seu corpo” (COURINE; HAROCHE, 2016, p.236 – grifos dos autores).

organizadas, ela se restringe ao sentimento imediato: o prazer provocado [...], o esforço, a beleza [...], seja dos gestos, seja dos corpos” (VIGARELLO, 2013a, p. 269). Segundo Vigarello (2013a), quanto mais evidente for tal referência, mais implícita ela será.

As reflexões incipientes sobre a prática esportiva conduzem às problematizações “deverá o esporte mobilizar as qualidades físicas ou morais levadas ao extremo?” e “deverá o esporte buscar uma ‘superioridade controlada?’”. O autor adverte que, em um universo em que a prática feminina esteve durante muito tempo praticamente ausente, todas as exigências têm por característica “evocar qualidades do ser humano levadas à perfeição” (VIGARELLO, 2013a, p. 270). Parafraseando Vigarello (2013a), nessa mesma época, ou seja, no início do século XX, os ideólogos do esporte multiplicam argumentos que promovem a perfeição masculina no que tange ao *vigor* como aplicação monitorada e ao *músculo* como utilização moral - a exemplo dos confrontos, da luta de homens valorizados, legitimados por um universo de árbitros e de regulamentos. O esporte é formador, levando as qualidades dos atores ao extremo, qualidades essas evidentemente humanas na medida em que produziria, de uma só vez, o que a cultura do século XX entende como viril.

Desdobra-se desse discurso sobre virilidade e esporte o que aqui interessa para discussão: a “instalação” — termo de Vigarello (2013a) — do corpo viril. Conforme Vigarello (2013a), a virilidade é agente primordial do esporte em começos do século XX. Certos “tipos físicos” são claramente privilegiados: “prefere-se o arqueado ao espichado, o rígido ao relaxado, o pesado ao leve”. Proliferam-se anúncios de luta nas quais os lutadores apresentam “peitos predominantes”, “caras marcadas por bigodes provocantes”, “músculos fortes e visíveis”, que saturam as páginas de jornal na Europa entre 1900 e 1910. Nesse contexto, desenvolve-se a pose obrigatória adotada pelos esportistas da época: “braços nas costas, peito estufado, queixo levantado. A força deve ser vista, ou, pelo menos imaginada, mesmo se o exercício não seja a *priori* o símbolo” (VIGARELLO, 2013a, p. 273).

Figuras. 9, 10, 11, 12 e 13 - Revista Men's Health, edições brasileiras.



Fonte: Google imagens. Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=MEN'S+HEALTH+BR+ASIL&dcr=0&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiOto3YhNrYAhWihZAKHafDCY8Q_AUICygC&biw=2048&bih=1008>. Acesso em 15 jun. 2017.

Contemporaneamente, os gestos, segundo sistema de enunciabilidade em análise que compõe o arquivo (em sentido foucaultiano), são menos rígidos e mais flexivos. Geralmente, o olhar do fotógrafo torna visível parte do corpo que se quer destacar e que a reportagem de capa, na edição, trata. A flexão do braço enfatiza volume do bíceps, a luz que incide diretamente sobre o abdômen valoriza o *six-pack* (termo em inglês que indica hipertrofia dos músculos desta região), a lateralidade da postura conota agilidade, etc. A grandeza do homem (ou melhor, desses homens) é tamanha, aliás, que todos excedem os próprios limites do enquadramento e são projetados na frente do título da revista (figuras 9-13). A nudez masculina do torço (culturalmente passível de circulação no espaço público, ao contrário da nudez feminina dessa mesma parte do corpo) está presente em quase todos os modelos, reforçando o discurso e a promessa do “vir a ser”. O desejo de moldar a si mesmo,

assim, é carregado de felicidade: os modelos estão sorrindo como em sinal de vitória. Foucault (2015a) afirma que

o domínio e a consciência do próprio corpo só puderam ser adquiridos pelo efeito de investimento do corpo pelo poder: a ginástica, os exercícios, o desenvolvimento muscular, a nudez, a exaltação do belo corpo... tudo isso induz ao desejo do próprio corpo por meio de um trabalho insistente, obstinado, meticuloso, que o poder exerceu sobre o corpo das crianças, o corpo dos soldados, sobre o corpo sadio (FOUCAULT, 2015a, p. 235).

Essa reflexão conduz a um ponto nodal: o (exercício) do poder e suas relações somáticas. Ao historicizar o percurso do pensamento foucaultiano, Machado (2015) explica que o filósofo, nos cursos da década de sessenta, investigou as condições histórico-filosóficas de existência das ciências humanas, ao passo que, na década de setenta, centrou-se no aparecimento dos saberes sobre o homem enquanto elementos de uma disposição política. Esse deslocamento operou-se segundo duas orientações: 1) rejeição da centralidade do poder em “aparelhos” (como propuseram as teorias marxistas) e 2) a assunção de que o poder não é apenas repressivo, mas é, principalmente, disciplinador e normalizador. A inovação consiste, assim, de compreender que “o poder não é um objeto natural, uma coisa; é uma prática social e, como tal, construída historicamente”.

Para Machado (2015), em Foucault, o poder é algo que *funciona*, que se *exerce*⁷⁶. É uma “máquina” que não está situada num lugar privilegiado ou exclusivo, mas se dissemina por toda a peça social. Esse caráter relacional implica que embates (já que se pressupõe a resistência) não podem ser travados “de fora”, em *topia* supostamente neutra. “O poder penetrou no corpo, encontra-se exposto no próprio corpo...” (FOUCAULT, 2015a, p. 235), disciplinando-o, tornando-o dócil de acordo com rigorosos processos de produção das subjetividades. É o poder de modificar o “*shape*” (termo que em inglês significa *formato*), de fazer “trincar” o abdômen, de superar os próprios limites:

⁷⁶ Discussão mais bem desenvolvida no subitem 4.1.

Figuras 14, 15 e 16 - “No pain, no gain”.



Fonte: Facebook. Disponível em: < <https://www.facebook.com/PaginaNoPainNoGain/>>. Acesso em 17 nov. 2017.

Os corpos-modelo analisados nesse item são imperativos de masculinidade, um convite à luta contra obesidade (“Detone a gordura!”) e à definição dos traços que o sobrepeso, sob uma dada perspectiva, parece apagar. O formato canônico do corpo, assim como o modelo artístico grego Doríforo, presta-se a um jogo de olhar tal que vale tanto quanto o tempo gasto para construí-lo. O “shape de verão” - época que remete ao calor, à praia, quando o corpo é exposto - é uma conquista obstinada, a qual adota contornos morais. Conforme *post* do *Facebook* (figuras 14-16), é “evolução” marcada ao longo do tempo (“Dos treze anos de idade até agora...”), um suporte de projeção, um parâmetro de inspiração, pois, conforme páginas de internet que se acumulam nas redes sociais circunscritas à prática discursivo-midiática do treinamento físico, “*no Pain, no Gain*” (expressão do inglês que poderia ser traduzida como “sem dor, sem ganho”).

A virilidade, em traços corporais, está concatenada à prerrogativa da performance. Historicamente, a “cultura do músculo” e dos “construtores do corpo” (do termo em inglês, *body-building*) está relacionada à “integração progressiva do modelo de uma anatomia hipervirilizada na fabricação das aparências na América de hoje” (COURTINE, 2013, p. 557), que se deu durante a grande depressão econômica da década de trinta. Courtine (2013) retoma a experiência da *Muscle Beach*, que oferecia à população masculina, ferida pelo desemprego, exercício que se assemelha ao labor, em ambiente com forte concentração de máquinas (de ginástica) e firme código

disciplinar. Os exercícios esportivos que se desenrolam ali legitimaram a exibição de corpos masculinos copiosamente desnudados, que imediatamente foram convertidos em imagens de revista (COURTINE, 2013).

Para Courtine (2013), inventa-se, assim, o gênero fotográfico viril: homens sorridentes, másculos em fundo de praia ensolarada, eventualmente com mulher satisfeita pendurada nos braços de alguém. Essa tradição foi pavimentada pelo cinema dos anos 1950, que imortalizou “universo de barras, de pesos, de suor e grunhidos, até favorecer sua reduplicação em um arquipélago de franquias comerciais” (COURTINE, 2013, p. 558). Já a “segunda idade do ouro” acontece durante os anos de 1970, quando Arnold Schwarzenegger se torna “embaixador universal de virilidade hiperdimensionada” – personagem que encontra condições de circulação ainda hoje⁷⁷ (figura 11).

De acordo com o mesmo autor, a “hipermasculinidade”, paulatinamente, tornou-se elemento central na cultura do corpo e, além disso, de uma cultura visual global: “porque o músculo está em toda parte. Há muito tempo ele escapou dos limites do estádio e das cordas do ringue. [...] A reivindicação muscular se democratizou, as práticas do *body-building* tendem a se generalizar e a potência anatômica se exhibe em um espetáculo permanente, obsessivo, universal” (COURTINE, 2013, p. 559). Historicamente, a virilidade, alerta Courtine (2013), sempre esteve associada ao uso, bem como à imagem da força. Ela extrai sua origem da caça, do combate, das dificuldades esportivas numa espécie de “simulacro” que redobra os fundamentos da tradição viril parodiando-os no espetáculo da massa. É um processo de, nos termos de Courtine (2013), “celebração do macho moderno”, que preconiza “modo privilegiado de visibilidade do corpo masculino”.

Há profundo deslocamento em relação à proporção, harmonia e simetria no âmbito das artes clássicas. O *shape*, o formato do corpo, trabalho árduo (mas digno!) de construção de si das academias (conforme o verbo em inglês, *to build*) está iconograficamente assentado nas revistas em análise, as quais, assim como milhares de sites e páginas da internet, ensinam as novas regras de corporeidade: não mais relação de face 1/10 do comprimento total, a cabeça, 1/8, o comprimento do tórax,

⁷⁷ Importante destacar que esse padrão corporal inspirador foi arremetido na ocasião que as ameaças da segunda guerra fria se intensificam. O presidente estadunidense Ronald Reagan (gestão 1981-1989) concluiu assim importante discurso: “E, fiéis ao espírito do Rambo, dessa vez nós vamos ganhar”. (COURTINE, 2013, p. 558).

1/4, etc., mas a lógica da hipertrofia do músculo. Músculo que é revigoramento do mito da performance, da potência masculina que atravessa estereótipos do caçador, do lenhador, do soldado, do operário e do esportista/ atleta. Trata-se de um processo notavelmente mercadológico, haja vista a indústria relacionada ao modo de vida *fitness* (taxas de filiação a academias, suplementos alimentares, roupas especializadas, entre outros produtos e serviços)⁷⁸.

O funcionamento desse discurso, segundo o movimento de leitura empreendido, tem como duplo o autossacrifício. Promover “domínio e consciência do próprio corpo” (FOUCAULT, 2015) tem como contraparte o sofrimento físico que as dores do corpo impõem – no caso do treinamento físico, o processo de rasgar fibras musculares, machucá-las, de modo a fazê-las mais fortes. Simbolicamente, sofrer para alcançar bons resultados tem efeito moral, implicado em parâmetro meritocrático. Com a força de um dispositivo⁷⁹, o dizer “*no Pain, no Gain*” está estampado em camisetas, páginas de *Facebook*, letreiros de academias, *hashtags* nas redes sociais, enfim: é um lembrete constante (novamente, em inglês) de que não se consegue bater metas sem uma boa dose de dificuldade. Virilidade é, assim, conquista. Não ter corpo-modelo é sinônimo de não o merecer. Dos regimes de exclusão suscitados por esse discurso (implicado em memória religiosa e médica) que o próximo subitem se ocupa.

⁷⁸ “De acordo com a ACAD [Associação Brasileira de Academias], existem mais de 30 mil academias em todo o Brasil e quase oito milhões de alunos, movimentando cerca de US\$ 2,5 bilhões. O segmento de academias de ginástica e condicionamento físico, passa por um período de alta contínua há anos (de 15 mil academias em 2010 para mais de 30 mil em 2014). Segundo o SEBRAE Inteligência, entre as principais atividades físicas praticadas nas academias estão o *crossfit* e a musculação. Essa alta movimenta o mercado e promove um avanço nas oportunidades de negócios, principalmente no que diz respeito aos negócios online”. Mais informações, ver: < <http://economia.estadao.com.br/noticias/releases-ae,mercado-fitness-movimenta-mais-de-us-2-bilhoes-de-acordo-com-pesquisa,70001666907> >. Acesso em 15 jan. 2018.

⁷⁹ Termo essencial no pensamento de Foucault, o qual Agamben (2009) assim divide em três pontos: 1) *é um conjunto heterogêneo*, linguístico e não linguístico, que inclui discursos, insituições, leis, edifícios, medidas de política, proposições filosóficas, etc.; 2) *apresenta função de estratégia concreta*, inscrevendo-se em relação de poder e, como tal, 3) *resulta de tais relações*. Para Agamben (2009), dispositivo é “qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos” (AGAMBEN, 2009, p. 40).

3.2 CORPO ANTIMODELO

Há uma “cultura visual” (COURTINE, 2013) que associa virilidade ao corpo musculoso; senão hipertrofiado como o dos adeptos da prática do *body-building*, ao menos (re)vigorado pelo exercício físico. O estabelecimento rígido de determinados padrões iconográficos se faz pela negação do corpo descuidado e disforme: na contemporaneidade, em especial, o corpo gordo. Em primeira etapa de longo estudo de natureza quantitativa, Poulain (2013) investiga “o desenvolvimento da obesidade e os fatores sociais envolvidos” tomando por base o encontro da Sociologia e da Epidemiologia Médica, cujo objetivo é esclarecer “mecanismos sociais suscetíveis de serem questionados no desenvolvimento da obesidade nas sociedades desenvolvidas” (TRÉMOLIÉRES, Jean APUD POULAIN, 2013, p.33).

Conforme o autor, em 2000, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou, de maneira alarmante, a obesidade como “epidemia mundial” que não atinge apenas países desenvolvidos, mas também países em desenvolvimento, coabitando com a má nutrição. Esses dados estão respaldados por complexas relações numéricas que sugerem que, em sociedades desenvolvidas, “os sujeitos obesos encontram-se mais frequentemente em camadas populares e no mais baixo nível da escala social” (POULAIN, 2013, p. 41). Segundo Poulain (2013), uma vez constatados o desenvolvimento e a diferenciação social da obesidade, há que se questionar qual é a cadeia da causalidade que faz com que os fatores sociais influenciem seu desenvolvimento na sociedade. Responder a essa pergunta permite “identificar os níveis de ação sobre os quais se deve agir, construir estratégias a serviço de uma política de prevenção, bem como estruturar as problemáticas interdisciplinares sobre as quais estender e intensificar esforços de pesquisa” (POULAIN, 2013, p. 44).

Para o autor, a influência dos determinantes sociais pode ser abordada a partir de duas cadeiras de causalidade. A primeira delas é “o status econômico como determinante da obesidade”. O modelo de análise “termodinâmico” considera a obesidade como resultado do afastamento entre a oferta alimentar e o consumo de energia. Nas sociedades modernas, os gastos energéticos dos indivíduos baixaram consideravelmente nas últimas cinco décadas muito em função do desenvolvimento da tecnologia industrial na climatização, transporte e organização dos alimentos e, até mesmo, da urbanização das “cidades modernas”. Esse processo é desigual.

Baseando-se em cálculos macroeconômicos, Lambert, demonstra que existe diferença na diminuição do consumo em mais de duzentas calorias por dia entre as classes sociais médias e altas e as classes populares, em favor dessas últimas: “a análise poderia fornecer uma explicação do desenvolvimento da obesidade nas classes sociais mais baixas” (POULAIN, 2013, p. 46)⁸⁰.

O outro modelo inverte a perspectiva ao considerar o “sistema de valores associados à corpulência como determinante dos status socioeconômico”. Conforme Poulain (2013), a estigmatização é o resultado do sistema de valorização cultural de certas formas de corpulência e dos processos de definição das normas sociais relativas ao corpo, que se compreende como “desviantes”. Ela se expressa por consequências objetivas como práticas discriminatórias e consequências subjetivas, que agem principalmente sobre a autoestima das pessoas estigmatizadas. O processo de exclusão tem impacto sobre trajetórias sociais na medida em que encorajam “dessocialização”, base de perturbações do comportamento alimentar mais ou menos compensatório, afastando os indivíduos dos contextos sociais específicos.

Essas práticas discriminatórias afetam o percurso escolar, o acesso ao emprego e, em longo prazo, desenvolvimento da “trajetória social”. Em crianças, intervém no momento da construção da personalidade e da aprendizagem escolar que proporcionaria a ascensão social (POULAIN, 2013). Ademais, as consequências da estigmatização são, para o autor, na maior parte das vezes, interpretadas como efeitos de agravamento da obesidade. De acordo com o estudo de Poulain (2013), após largo desenvolvimento descritivo da compilação e tabulação de dados,

observou-se [na sociedade francesa] que a maioria dos obesos tem menor nível de educação e menor poder econômico. Analisando os IMC médios, nota-se que o grupo de indivíduos diplomados, com menor renda, apresenta um IMC médio de 22,29, ou seja, uma média menor (POULAIN, 2013, p.94).

Intrincadas relações numéricas, obtidas com extremo rigor objetivo e incansável descrição metodológica, parecem instaurar um regime dos objetos do discurso no qual os atributos *obesidade, formação acadêmica, renda e mobilidade*

⁸⁰ Poulain (2013) constata, “no entanto, [que] o tratamento dos dados estatísticos em grandes séries e o cálculo do consumo energético total, partindo-se da reconstrução da ingestão alimentar, coloca-nos diante de alguns problemas de viabilidade que mantêm esse tipo de explicação ao nível da hipótese”. (POULAIN, 2013, p. 46).

social estão diretamente relacionados. De outra forma: exercício biopolítico de gestão das condutas dos sujeitos ancorado em dado estado de saberes sobre qual a norma (e o normal) é. De acordo com tais parâmetros, ser/estar gordo é a quintessência do que há de ruim.

Para Vigarello (2012), a história do gordo é, antes de tudo, história de “depreciação acusatória”, com diferentes vertentes culturais e ramificações socialmente marcadas; “é também a das dificuldades particulares sentidas pelo próprio obeso: uma infelicidade que o refinamento das normas e a atenção crescente dada aos sofrimentos psicológicos sem dúvida acentuam” (VIGARELLO, 2012). Se o gordo, em contexto de precariedade de alimentos, na “intuição antiga”, seduzia pela imponência das carnes, cujos contornos “dominavam pela força” em universo moral de compensação; na idade moderna, o tema de registro é o da infelicidade. Vigarello (2012) investiga o escrito do século XVIII chamado “Pequenas Misérias” na qual um advogado parisiense evoca tema do infortúnio, da fatalidade, “da ingratidão sofrida na tristeza e mesmo na amargura”. Não há qualquer originalidade nas circunstâncias dessas rejeições: elas se devem à obesidade, privação da felicidade em vida. Vigarello (2012) analisa que se trata de espécie de “amputação” vivida no íntimo, drama da pessoa, que redimensiona a imagem do gordo, “do doente pensando face suas dificuldades sociais”. (VIGARELLO, 2012, p. 239).

Nas mídias digitais, pululam materialidades de linguagem que condessam o mesmo discurso sob outras condições de existência enunciativa. São exemplo as figuras 17 e 18, anúncios de academia de ginástica de Curitiba-PR:

Figuras 17 e 18 - Anúncio Monsters Gyn.



Fonte: Disponível em: <<https://www.facebook.com/monsters.gym/>> e <<http://www.monstersgym.com.br>>. Acesso em 20 dez. 2017.

Conforme as regras do exercício de análise linguística anterior (cf. capítulo 1), à propriedade do ser “rato” atribui-se o qualificador “doença”. Assim, “rato”, animal pestilento, indesejável, sujo, arredo, usualmente associado à trapaça, é adjetivo das pessoas que não frequentam a academia de ginástica e, como consequência, tem corpo muito diferente do da personagem Rambo, interpretada pelo ator estadunidense Sylvester Stallone, que aparece ao lado do cartaz. No exercício da função enunciativa, mobilizam-se formas de acúmulo (FOUCAULT, 2008) que constituem “cultura visual” do corpo hipertrofiado (COURTINE, 2013) como modelo de desejo ao aspirante a aluno da instituição. Por outro lado, monstro⁸¹ (do termo em inglês que intitula o estabelecimento, *Monsters*) tematiza conceito avesso ao do animal asqueroso: grande e assustador, capaz de derrotar inimigos e impor sua vontade, ao contrário do pequeno mamífero indefeso, que vive de restos.

Mobiliza-se, também, memória do dizer “você é um homem ou um rato?”, que está na base do saber popular: deslocada e atualizada, edifica-se a *dicotomia viril*, como em *Old Spice* (homem ou homem Homem) ainda que, ao contrário desta, o anúncio apresenta notável violência ao evocar tema simbólico que destitui do homem a própria humanidade. Eis uma tradição que se desenrola desde Plínio, o Velho (conforme referência à estátua *Cânone*, de Polícleto), para quem a gordura é desprovida de sentidos, visto que “a carne se pode sentir e tocar, mas uma camada de gordura é um obstáculo esponjoso às sensações e, portanto, um impedimento a nossa ligação com o mundo” (ALDERSEY-WILLIAMS, 2016).

No discurso contemporâneo, de conformidade com Andersey-Williams (2016), também, a gordura é vista não como complemento da carne, mas, sob certos aspectos, como seu oposto. Equipa-se a remoção desta ao acréscimo de tecido muscular ou desenvolvimento de corpo mais esbelto. No âmbito da cirurgia plástica, uma operação cada vez mais comum consiste na remoção da gordura subcutânea do ventre, em sulcos estreitos, para deixar a ilusão de uma “barriga tanquinho”, “isto é, um bem desenvolvido *rectus abdominais*, o músculo grande e plano que se estende de um lado a outro do abdome e no qual, com uma boa definição, aparecem três linhas

⁸¹ Quando Foucault (2001) desenvolve “genealogia da anormalidade” ou “genealogia dos indivíduos anormais”, em seu curso de 1975, ele define o monstro como infração às normas jurídico-naturais e jurídico-morais que se desenrolaram no século XVIII e XIX no tocante ao discurso sobre criminalidade e sexualidade. Sujeito à prática discursivo-midiática do treinamento, o adjetivo adquire contornos elogiosos: a experiência viril levada ao seu extremo da performance. É desse segundo caso que o estudo trata.

de tendões transversais” (ALDERSEY-WILLIAMS, 2016, p. 77), o assim chamado pelas revistas masculinas “*six-pack*”.

Tematiza-se, tanto no estudo científico-sociológico de Poulain (2013) quanto nas polêmicas propagadas da academia de ginástica de Curitiba-PR o que Vigarello (2012) designou como ao corpo sadio, “curado”, cuja “engorda prossegue como fatalidade”. Sob a perspectiva do exercício do poder concretizado em práticas de linguagem, o estilo de vida saudável, “fitness”, assim, não é evidência médica, mas discursiva⁸². É importante destacar que Foucault se dirige à questão da vida problematizando-a de diferentes formas: 1) pela via da pesquisa arqueológica das condições de possibilidade de existências dos saberes; 2) pela via da genealogia⁸³ dos poderes, a partir da afirmação de que as ciências biológicas, no século XIX, articularam-se com outros campos do saber (pedagógicos, industriais, militares, médicos, etc.) e com as relações de forças que incidem sobre (a vida dos) indivíduos. (PORTOCARRERO, 2008).

Desse modo, não se estuda somente o poder disciplinar que se exerce sobre o corpo e a alma do indivíduo, individualizando-o/ homogeneizando-o, mas sobre a vida das populações por meio da formação de uma *biopolítica*, que “opera com controles precisos, regulações de conjunto e mecanismos de segurança, para exigir mais vida, majorá-la, geri-la. Sua constituição só é possível no contexto da invenção da vida biológica; da entrada da vida no pensamento e na prática política” (PORTOCARRERO, 2008, p. 420). No que se refere à constituição de dado estado de saberes no âmbito da medicina, Farhi Neto (2010), a partir de leituras em Foucault, destaca os mecanismos biopolíticos implicados no discurso da normalidade/normatização:

⁸² Soma-se à discussão o uso indiscriminado de medicamentos anabolizantes e termogênicos que promovem crescimento do tecido muscular de forma rápida a custo do desenvolvimento de diversos problemas de saúde. As redes sociais fazem referência velada a tais produtos farmacêuticos (já que muitos desses medicamentos são controlados ou proibidos no Brasil), geralmente de forma jocosa, com o verbo neológico “ciclar” em referência aos “ciclos” de injeções.

⁸³ “Chamemos provisoriamente de genealogia o acoplamento do conhecimento com memórias locais que permite a constituição de um saber histórico de lutas e a utilização desse saber nas táticas atuais (...) A genealogia seria portanto, com relação ao projeto de uma inscrição dos saberes na hierarquia de poderes próprios à ciência, um empreendimento para libertar da sujeição aos saberes históricos, isto é, torná-los capazes de oposição e de luta contra a coerção de um discurso teórico, unitário, formal e científico” (FOUCAULT, 2015b, p. 269-270).

Destacam-se, no mecanismo biopolítico, dois elementos: um objeto correlato às suas práticas e um meio de inserção desse objeto. Nesta primeira formulação, o objeto biopolítico é a saúde da população, a saúde da multiplicidade dos corpos que compõem a população do Estado, a população urbana ou a força de trabalho. Esse objeto é correlato de uma prática discursiva específica, a medicina social, e as diversas instituições correspondentes, os departamentos de saúde dos Estados, os planos de governo, as leis de saúde pública, os programas de partidos, os hospitais, etc. Em segundo, o mecanismo político é composto pela representação do suporte de inserção material do seu objeto: o meio. O objeto correlativo à biopolítica está sempre inserido em um meio, que é representado, no mecanismo de poder-saber biopolítico, como uma espécie de natureza (FARHI NETO, 2010, p. 46-47).

Tendo como foco a discussão sobre a relação da política com a saúde na constituição do “poder medical”, Farhi Neto (2010) reconstitui o pensamento de Michel Foucault no que diz respeito às redes de micropoderes, que compõe gestos, comportamentos e “desenho dos corpos” na configuração disciplinar de indivíduos, a denominada “anatomopolítica”. O dispositivo do “direito à vida” que se converte em “direito à saúde” desvela os processos pelos quais a sociedade (ainda no século XIX) paulatinamente passa a regular, ordenar, condicionar normas por critérios jurídicos que têm por base performances fisiológicas, estabelecendo, assim, o “normal” e o “anormal” (que precisa de intervenção terapêutica). O corpo é, desse modo, uma realidade biopolítica e a medicina é uma de suas estratégias.

A população está doente, sofre do excesso de gordura. Na terceira e última parte de seu estudo, Poulain (2013) reivindica uma política para lutar contra a obesidade, isto é, contra os “atores” envolvidos nesse processo social, tais como a indústria agroalimentar, os pesquisadores de “má conduta científica”, os setores da farmácia e da parafarmácia, os políticos, a mídia, os consumidores e os familiares: evoca-se a irresponsabilidade dos pais, que delegam seu papel educador à televisão ou que a utilizam como babá das crianças, afinal, “se os próprios indivíduos não se controlam, o problema seria deles. Ninguém os obriga a comprar ou consumir’, acrescentam prontamente os industriais, transformando-se em acusadores” (POULAIN, 2013, p. 246).

Nos anos 2000, a denúncia dos perigos das dosagens de açúcar e de gordura das porções e bebidas para atrair e fidelizar o consumidor começa a encontrar ecos nos sistemas legislativos de diversos países. O tema da adiposidade passa a ocupar

o terreno da saúde pública com suas normas e regulamentos - “a luta contra obesidade é conduzida em nome de todos: o mal da ‘gordura’ não é mais um mal ‘privado’” (VIGARELLO, 2012, p.324). Esta não é uma batalha ingênua: segundo reportagem de 2014, “no mundo, 2,8% de todas as riquezas são gastos no enfrentamento da obesidade - tanto quanto o custo do fumo e de guerras”⁸⁴, especificamente no Brasil, o “SUS gasta R\$ 488 milhões por ano com obesidade”⁸⁵.

Não se tem a pretensão de contestar os dados examinados ao longo da sociologia da obesidade de Poulain (2013) ou invalidar tão importante discussão sobre os males do excesso de peso. Interessa-nos, no entanto, atentar para o fato de que mesmo o discurso científico (supostamente neutro) se assenta sobre uma série de determinações contrastivas no estabelecimento do normal. Enquanto gestão e governo dos vivos, engendrados sobre uma base econômica no âmago das práticas discursivas, esses sentidos deslizam ao ponto de que o “corpo sadio”, segundo a prática de análise em questão, é aquele que se obtém por critério estético, já que a cura para a condição do rato, no anúncio da figura 17, é a academia *Monsters Gyn*, de “modelagem física”. Estranho discurso de resistência que, ao infringir tabu do estigma social, retira sua força de uma sábia sinceridade: “quem gosta de beleza interior é decorador” (figura 18).

Ora, virilidade está carnalmente involucrada à definição de corpo sadio que se obtém da prevenção aos males da obesidade e do trabalho rigoroso na conquista do músculo. *Performance* e *autossacrifício* investem cultura visual e promovem circulação de discursos estreitos e restritivos sobre o corpo (maleável) do “homem Homem”. Nos *corpora* analisado — capas da revista masculina *Men’s Health*, dois *posts* da página *no Pain, no Gain* e dois anúncios de academia de ginástica paranaense — o anti-modelo é invisibilizado no que se refere à iconografia do corpo. As referências a ele são dadas pela falta (que é excesso), jogo dos pedaços (do braço forte, do abdômen “sarado”, peito de aço, etc.) ou de dada condição (corpo de verão, corpo da beleza exterior). No próximo subitem, submetemos à análise referências visuais do corpo modelo e do anti-modelo, bem como dos regimes de exclusão que

⁸⁴ Disponível em: < <http://g1.globo.com/ciencia-e-saude/noticia/2014/11/obesidade-ja-custa-ao-brasil-24-do-pib-diz-estudo.html>>. Acesso em 20 dez. 2017.

⁸⁵ Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/sociedade/saude/sus-gasta-488-milhoes-por-ano-com-obesidade-7881980#ixzz51pqVjntr>>. Acesso em 20 dez. 2017.

eles suscitam. Nesse momento, cabe aprofundar reflexão sobre a memória religiosa que incide no discurso em análise.

3.3 UM JOGO DE CONTRASTES

Segundo Vigarello (2012), o desenvolvimento das sociedades ocidentais promoveu o afinamento do corpo, observação atenta da silhueta e a rejeição do peso. A amplitude de volume se afasta cada vez mais do refinamento, enquanto a beleza aproxima-se do que é magro e esguio. As críticas feitas pelos clérigos medievais, que se difundiram com algum sucesso nos séculos XIV e XV, no limiar da Modernidade, apegam-se aos pecados capitais, fulminam as paixões, fustigam a indignidade do glutão e atacam a avidez. A gordura é, assim, geradora de impotência e de pecado, que conduz ao inevitável inferno:

O chão que vamos pisando enche-se de sombras que a chuva aplastava, apenas lhes deixando a aparência vã de forma humana. Jaziam por terra, salvo uma, que repentinamente logrou sentar-se quando ao seu lado passávamos. [...] Volveu-me: “Em tua cidade, tão cheia de invejas que a infelicitam, a vida gozei, afável, serena. Por vós, concidadãos, fui chamado Ciaco. Havendo sido da gula devoto amante, nesta chuva padeço, enregelado e fraco. Mas, de alma triste, embora, não estou só. As almas que vês, por culpa idêntica até aqui baixaram” [...]. Explicou-me o guia: “Deste sono sem fim não acordarão até que se faça ouvir o som da angélica trombeta, quando virá julgá-los, em definitivo, o Juiz Supremo, Cada qual, deixando a triste tumba, retomando carnes e feições, ouvirá a voz que eternamente no Céu ribomba” (ALIGHIERI, 1981, p.43-45).

O trecho acima consta de uma versão traduzida e escrita em prosa do poema épico italiano “Comédia” (denominado “Divina Comédia” posteriormente por Boccaccio) de Dante Alighieri, do século XIV e corresponde à passagem pelo terceiro círculo do inferno, na qual a personagem principal (o próprio escritor) acompanhada pelo poeta latino Virgílio (o seu guia) se depara com Ciaco, o guloso, condenado com seus pares glutões ao flagelo da chuva gélida e ao esquarteramento por Cérbero, o cão de três cabeças. Tal representação sacra do lugar de penitência, “onde o verme não morre e o fogo não se extingue” (João, 5:29), nessa obra literária, desenvolve com profunda nitidez imagens monstruosas, deformidades horripilantes e uma coletânea de torturas desmedidas aplicadas àqueles que, em vida, não seguiram os

preceitos cristãos de temor a Deus e, por essa razão, estão condenados à danação (ECO, 2014, p. 82).

Por razões históricas, a obra constitui discursividade acerca do gordo, que reverbera, enquanto memória, em dizeres e anúncios contemporâneos. Assim, gozar a vida “afável” e “serenamente” (como fez Ciacco) numa espécie de “*carpem diem* alimentício” condena os glutões contemporâneos também ao inferno. Contudo, a danação não está no além-túmulo, mas na carne: ser/estar gordo. O fruto proibido da narrativa bíblica já não é uma maçã, mas um bolo de chocolate com três camadas de recheio, adornado com brigadeiros no topo:

Figura 19 - Bolo de Satanás.



Fonte: Facebook. Disponível em: < [http:// https://www.facebook.com/Gordadepre?fref=ts](http://https://www.facebook.com/Gordadepre?fref=ts) >. Acesso em 7 jun. 2015.

Segundo consta de narrativa alegórica recorrente na iconografia e literatura medieval, Santo Antão [251 d.C.-356 d.C.], asceta egípcio do século III, teria partilhado seus bens com desafortunados e partido para viver no deserto. Lá, conforme relato de Santo Atanásio, foi tentado pelo demônio: “o inimigo queria sugerir-lhe pensamentos baixos, mas ele os dissipava com orações; procurava incitá-lo ao prazer, mas Antão, envergonhado, cingia seu corpo com sua fé, orações e jejuns”⁸⁶. No século XXI, em *post* jocoso de Facebook “Às vezes Satanás passa dos limites” (figura 19), a tentação se converte numa sobremesa aparentemente irresistível. Os

⁸⁶ Disponível em versão digital: < https://www.ecclesia.com.br/biblioteca/monaquismo/vida_d_e_santo_antao1.html#24?>. Acesso em 15 jan. 2018.

“pensamentos baixos” que tentam a carne (em oposição ao espírito) são da ordem do pecado contra o próprio corpo, efeito de derrisão em relação ao culto das academias e os sistemas simbólicos que ele suscita.

Para Gélis (2012), o corpo é uma referência permanente ao cristianismo por servir-lhe como o centro do mistério da fé⁸⁷. Há um paradoxo constitutivo: o corpo (de Cristo) é o “encontro do verbo com a carne”, a imagem e semelhança de Deus, mas, ao mesmo tempo, é o receptáculo abominável que não consegue resistir a tentações. Se “a carne é fraca”, já que é carregada de paixões que afastam o sujeito do divino, é obrigação do cristão domá-la, discipliná-la e, no caso dos mais santos, de castigá-la: “Na verdade, para todos aqueles que sonham aviltar sua carcaça humana, o corpo não passa de um “oceano de miséria”, uma coacla que resulta da condição de pecador: o corpo imundo, receptáculo dos vícios”. (GELIS, 2012, p. 55). Das hagiografias talvez não haja um exemplo mais vívido de restrição aos “prazeres da vida” do que os ensinamentos de Santo Inácio, cujo discurso funda-se na lógica medieva de celebração do sofrimento divino que implica, dentre outras práticas, na adoção do flagelo,

Tendo sacrificado a Deus a parte superior de si mesmo, que era o espírito, com tão infames humilhações, ainda lhe faltava sacrificar a inferior, que era a carne, com as mais dolorosas carnificinas; e, assim, talvez, adestrar-se, quase em batalha doméstica, contra aqueles dois tremendos inimigos que deveria encontrar sempre pela disseminação da maior glória divina pelo universo: afrontas da alma e sofrimento de corpo. Ouçam-me bem e, depois, não se horrorizem, se puderem. Vestir por cima um aspérrimo saco e por baixo um hirto cilício; enfaixar-se os flancos nus ora de urtigas eriçadas, ora de ramos espinhosos, ora de ferros aguçados; *jejuar todo dia, à exceção dos domingos, a pão e água, e nos domingos acrescentar como deleite uma erva amarga, temperada ora com cinzas, ora com terra; passar às vezes três, às vezes seis e, às vezes, até mesmo oito dias inteirinhos sem alimento [...]* (PENITÊNCIAS DE SÃO INÁCIO *apud* ECO, 2014, p. 61- grifos nossos).

Segundo Oliveira (2011), tais atos reforçam a necessidade de imitação de Cristo, pois a abstinência ou frugalidade no consumo de víveres amplia o escopo de

⁸⁷ Burke (2004) atenta para o fato de que as imagens sempre tiveram um papel crucial na experiência do sagrado em qualquer civilização, uma vez que elas têm o poder de “documentar o sobrenatural”. Eco (2014) traça um histórico pictórico de quadros e documentos da idade medieva no que se refere às representações do corpo de Cristo “flagelado e miserável” que, segundo orienta Santo Agostinho, são imagens belas por conter em si a glória do sacrifício, assim sendo, a deformação de Cristo o torna formoso.

coações impostas ao corpo. Dois casos brasileiros: Irmão Inácio do Recife, além das limitadas refeições, consumia cinzas e coisas amargas para martirizar o apetite; uma donzela chamada Maria, caçula de sete irmãos também do Recife, que tinha a fama de santa, passava dois ou três dias somente com o sumo de uma laranja azeda, pois dizia que retirava as forças das orações e da entrega incondicional ao Senhor (OLIVEIRA, 2011). Conforme Vigarello (2012), no modelo clerical, não há nada estético nessas mensagens, a feiura não está em discussão, o fundamental, ao contrário, é o vício: a avidez traída pelo desmoronamento do corpo, a gravidade do pecado antes de tudo. O gordo conota exagero, “a rejeição tem a ver com os contornos corporais e os excessos que denunciam”⁸⁸. Enfim: há que se resistir às tentações de Satanás, que nos quer gordos. Esse é um jogo contrastivo no qual o excesso de peso sinaliza descuido, grosseria e tristeza. Em termos de constituição da virilidade, a dualidade é rigorosamente marcada:

Figura 20 - Expectativa x Realidade.



⁸⁸ É o que mostra, parafraseando Vigarello (2012), Tomás de Chobban ao propor no século XIII penitência de substituição àqueles cuja condição tornaria difícil a abstinência: “aos poderosos e aos ricos, que estão habituados às delícias da mesa, não se pode impor uma penitência, uma dieta forte demais; àqueles também que, por maus hábitos ou talvez ainda por constituição natural, não podem viver sem pratos delicados, é imposta uma penitência de substituição sob a forma de esmola e preces” (CASAGRANDE; VECCHIO APUD VIGARELLO, 2012, p.46).

Fonte: *Facebook*. Disponível em: < [http:// https://www.facebook.com/Gordadepre?fref=ts](http://https://www.facebook.com/Gordadepre?fref=ts) >. Acesso em 7 jun. 2015.

O conceito de “pecado” contra o próprio corpo, na contemporaneidade, segundo listas de determinações das revistas masculinas em análise, reveste-se de apreciação moral sobre a (falta de) domínio do próprio corpo (sadio). São formas de governamentalidade no exercício da gestão de condutas que, assentadas sobre acúmulos enunciativos, prescrevem contraste sobre o que o corpo do homem é e o que deveria ser. Eis um “jogo de determinação-indeterminação” que se marca no corpo dos sujeitos com o todo peso das normas sociais, que estabelecem regimes de exclusão de toda sorte. O “errado engraçado”, que rompe com verdadeiro de nossa época, o qual assevera a necessidade constante do exercício como meio de manutenção da saúde física, mental e, segundo as vozes mais exaltadas, moral é não se submeter às práticas de subjetivação do domínio médico, ainda que haja a expectativa para tal. A “semana que vem” (figura 20) adota, nesse sentido, o caráter de “nunca”, sob a leveza do humor de uma página do *Facebook*. A corporeidade do segundo quadro (o do “lado errado”, o anti-modelo) encontra-se no bojo do mesmo discurso anterior, só que acrescido de outro pecado capital: o da preguiça – atentado contra os princípios da *potência/performance* masculina e do *autossacrifício*. O gordo virou um ser incapaz, mole e inerte, cuja ineficácia está ligada ao *fazer*, a uma insuficiência do poder de ação⁸⁹.

Vigarello (2011) esmiúça as relações históricas entre “treinamento físico” e “desenvolvimento pessoal” e alerta para o fato de que este é um pressuposto recente: mais precisamente, uma invenção do século XX⁹⁰. Para o autor (2011), as enciclopédias domésticas do começo do século passado contribuíram para a profusão de práticas físicas que prometiam um “corpo mais flexível, mais harmonioso e mais belo” ao passo que os aspectos “força” e “resistência” (restrita ao corpo masculino) derivavam principalmente das necessidades bélicas do corpo do soldado. As revistas

⁸⁹ A relação do *gordo* como *incapaz* não se trata de invenção moderna. Conforme investigação de Vigarello (2012), já no século XVII, satíricos “retratos-charges de Anibal Carrache [...] mostram-no melhor que outros, com seus grupos de homens de barrigas desmedidas, braços e pernas curtas, em atitudes pesadas, confinadas no torpor” (VIGARELLO, 2012, p. 11).

⁹⁰ O que não quer dizer, no entanto, que nunca houve antes na história práticas de treinamento físico, relacionadas aos esportes. A “invenção” refere-se ao que o autor denomina de “corpo tecnicizado”, atravessado pelos modelos da sociedade industrial.

masculinas recuperam constantemente essas memórias: “Blinde sua saúde” (figura 9), “Construa seu tanque (figura 11)”, “Tanque e peito de aço” (figura 12). “Bombar” o corpo, torná-lo de ferro, tão rígido e másculo quanto um veículo de guerra, promessa da conquista dos territórios estrangeiros, imposição da verdade à custa do sangue e do sofrimento. São muitos os planos simbólicos evocados na produção do sujeito leitor e consumidor dos produtos *fitness*.

Nesse ínterim, uma palavra se impôs: “treinamento”, que antes era restrita somente à preparação de cavalos de corrida. Aos esportistas aplicaram-se tabelas de pontuação que controlavam a progressão, o resultado, a dosagem e o esforço. As profusões de medidas e dos novos aparelhos de ginástica deram início ao que Vigarello (2011) denomina de “fascínio técnico”. O efeito foi o estabelecimento de um corpo tecnicizado, atravessado por modelos industriais de motricidade e de biomecânica. Importante modificação, o “corpo primaveril”, despreocupado, paulatinamente perde força ante a máxima de “faça o seu corpo”, modele-se, cultive-se. O peso é declarado sinal prejudicial de saúde de modo que o excesso poderia levar ao óbito.

Vigarello (2011, p. 218) cita um estudo de 1938 (que tem por fonte *Votre Beauté*) que relaciona cinco causas de mortalidade (apoplexia, doença cardíaca, doença do fígado, doença dos rins e diabetes) a três grupos: magros, normais e gordos. Segundo o estudo, os magros seriam quatro vezes menos propensos ao óbito do que gordos. A obesidade que, até então, esteve à margem da categoria de doença vira uma patologia de risco “muito grave”. Há, nesse paradigma, certa mudança de representações a partir do século XX que converte o desenho anatômico dos padrões de beleza. Segundo as curvas de Paul Richer, por exemplo, há uma série de defeitos contínuos relacionados à engorda,

[...] crescimento progressivo das bolsas sob os olhos, o aumento progressivo do tamanho do queixo duplo, a perda progressiva do perfil arredondado dos seios, os pneuzinhos dos quadris, o engrossamento das coxas, o afundamento do sulco das nádegas. O desenho anatômico converte o tempo em figura, detalhando os momentos decisivos da queda: não somente as diferenças graduais entre as espécies animais, mas as diferenças graduais entre o aumento do peso das carnes, a queda insensível das peles, o desmoronamento insensível dos traços. A linha caída suscita, em outras palavras, o investimento numérico. As curvas mais pesadas, até aqui negligenciadas pela ciência, tornam-se objeto de suas prospecções: curiosidades de anatomista e de médico (VIGARELLO, 2011, p. 219).

A concepção do corpo “objetivo”, constituído pela *episteme* médica ocidental, recheado de órgãos e vísceras, cujo funcionamento mecânico se dá de uma forma impecável (e se falha, há a doença) sublinhado por Novaes (2011), nesse caso, dispersa-se para algo que vai além dos desígnios da saúde e do bem-estar. Há um critério valorativo que, por jogo de visibilidades, estabelece um ideal de homem magro, corredor, que faz seus exercícios na praia. É absurdo compará-lo à realidade amarga (é um processo de identificação), irônica e engraçada de um homem, sedentário, assistindo à televisão com uma bandeja de salgadinhos sobre a barriga, disposta de forma que ele não tenha que levantar os braços para pegá-los. É preciso resistir às tentações de Satanás!

Conforme percurso analítico desenvolvido, há investimento de saberes sobre o corpo masculino que, no interior da prática discursivo midiática do treinamento físico, recobrem com larga camada de acúmulos enunciativos ideais de potência (militar) e de autossacrifício (religioso), cujo funcionamento desloca o discurso médico sobre o corpo saudável à apreciação da beleza hipertrofiada do músculo. Esse jogo opera de forma dicotômica: com modelos de perfeição máscula e anti-modelos que, contemporaneamente, denunciam os males do excesso de peso, da gordura. Aqueles que conseguem cruzar o horizonte do “desprestígio corporal” ascendem ao patamar de heróis. Um efeito comum é que os jornalistas, em nome da curiosidade dos seus leitores, tentam desvendar os “segredos” desses exemplos de vida e de postura moral. Esse é o caso do jovem músico que “levou o pé na bunda” da namorada e, assegura a reportagem, em função disso, perdeu trinta e um quilos (figura 21):

Figura 21 - Antes e depois.



Fonte: Portal R7 Mulher. Disponível em: < <http://entretenimento.r7.com/mulher/fotos/pe-na-bunda-emagrece-abandonado-por-namorada-musico-perde-31-kg-agora-sou-assediado-na-balada-1212-2014#!/foto/1>>. Acesso em 7 jun. 2015.

Há uma iconografia específica para essa mostra de sucesso pessoal veiculada na web (e compartilhada aos milhares no *Facebook*): o jeans antigo que não serve mais, a foto do antes e do depois e o sorriso ausente no “antes” e presente no “depois” (essa ordem substitui a expectativa/realidade). Como alcançar o caminho da salvação e conquistar músculos tal como sugerem as revistas masculinas e o discurso sobre o corpo viril masculino no âmbito das mídias digitais? Se no caminho da danação está o bolo de Satanás, o da salvação encontra a batata-doce – que cumpre mais ou menos a mesma função das orações de Santo Antão no deserto.

Figura 22 - Batata doce



Fonte: Dicas de musculação. Disponível em: < <http://dicasdemusculacao.org/batata-doce-o-alimento-ideal-para-o-praticante-de-musculacao/>>. Acesso em 7 jun. 2015.

Aliado às infindáveis séries diárias de exercícios, esse alimento é uma fonte de energia que, por razões nutricionais-médicas (observa-se aí a presença desse domínio), sacia as necessidades energéticas do corpo sem que o deforme (sem que o faça engordar). A representação, como a do *site* (figura 22), é clara e precisa: o alimento está em estado cru e até com casca. A função dele não é ser gostoso. A função é contribuir com a disciplina e o sacrifício que construir o corpo ideal implica: “*no pain, no gain*”. Mortificar o gosto para vivenciar o sacrifício, como pontuado anteriormente, era uma prática comum entre os santos da igreja católica. A batata-doce crua (da imagem do site de musculação) que nenhum prazer provoca aos olhos em comparação com o doce diabólico tem seu valor justamente nesse aspecto: martirizar o gosto (como as ervas amargas e o carvão de Santo Inácio) para colher os benefícios. O benefício num caso era aproximar-se de Cristo (do bom, do certo e do justo), no outro, em certo sentido, também.

3.4 DOS REGIMES DE EXCLUSÃO: O GORDO

Problematizou-se, no decorrer do capítulo, o modo como a corporeidade está relacionada ao empreendimento viril, tomando por base práticas discursivas das

academias de ginástica ou do treinamento físico. Discutiu-se como técnicas e tecnologias biopolíticas na gestão de corpo social promovem culpabilização/estigmatização do sujeito gordo, antítese de um projeto de uma sociedade *fitness*, saudável. Em cena, os modos de governamentalidade que promovem o adestramento do corpo e a normalização das formas em dados padrões iconográficos.

Qual o padrão corporal que circunscreve o “perfeito” do masculino? Essa problematização tem resposta clara no âmbito das artes plásticas segundo tradição clássica pavimentada da Grécia Antiga de Polícleto, que produziu estátua cânone. Nas práticas midiáticas contemporâneas, há indicações como aquelas das revistas masculinas “magro, ágil e forte” e das páginas de dicas de musculação do *Facebook*. O funcionamento desse discurso extrai sua força de dois aspectos complementares: a *performance* e o *autossacrifício*. Assim, a virilidade está relacionada com o poder-fazer, com força de dominar e impor sua vontade sobre uma terra estrangeira (no caso do soldado), sobre o trabalho árduo (no caso do operário), sobre os próprios limites físicos (no caso do sportista), etc. Algo que faltaria ao sujeito gordo: o controle sobre si e, naturalmente, sobre o outro. A obesidade, sob tal prerrogativa, não pode ser outra coisa senão doença, epidemia global (POULAIN, 2013). De acordo com Vigarello (2012), invasão rastejante, pouco controlada, atribuída tanto ao consumo como também ao modo de vida, cujo mal perturba a sociedade.

Contemporaneamente, quando há maior identificação do indivíduo com o seu corpo, vive-se, no caso do obeso, insuportável dilaceração íntima, partida, sensação de mal-estar, na qual o sujeito, traído, afirma que o próprio corpo não é o seu (VIGARELLO, 2012). Para Vigarello (2012), o obeso leva ao extremo o paradoxo da identidade contemporânea: ser levado a se identificar inteiramente com o corpo, que é ao mesmo tempo outro e si, “exatamente como manifesta uma nova maneira de ser, que é falar do seu sofrimento, senão da sua infelicidade” (VIGARELLO, 2012, p. 338). Há, no entanto, os que subvertem essa ordem e constroem para si mesmos, novo eu, novo corpo. Caso do jovem que passa a ser “assediado na balada” (figura 18), objeto de inspiração, ênfase da possibilidade de cumprir a promessa das revistas masculinas em análise.

Tratou-se, no capítulo dois, da dinâmica da importação somática, da projeção do corpo que evidencia tendência contemporânea implicada em sensibilidade digital de aparelhos *touch screen*. Essa projeção, conforme o movimento analítico

desenvolvido ao longo desse capítulo, não se dá de forma metafísica, mas a todo momento se quer palpável, material. A lógica viril do construir seu próprio corpo (aos pedaços, de forma controlada, obstinada) apresenta sem-número de depoimentos e resultados – para isso servem as páginas de *Facebook*: discurso implicado em autopromoção e provas visuais de que você não precisa ser gordo. Melhor: só é gordo se não cumpre a cartilha da vida saudável, se não ama a própria vida, se se acostuma a ser infeliz. De forma estereotipada e acintosa: só é “rato” quem quer.

Construir a si mesmo, desse modo, é atividade dolorosa, penosa. Exige-se *autossacrifício*. Esse sacrifício é justamente de onde se extrai a celebração da conquista que tem o músculo como personagem principal. A virilidade hiperdimensionada, desejo de crescimento massivo e da “extrema tensão da carapaça” duplica-se através do desejo de uma quase transparência da pele (VIGARELLO, 2012). Esse processo de fabricação do monstro (de sua saída da jaula, conforme epígrafe do capítulo), envolve culto quase religioso aos agentes responsáveis para tal: louva-se a batata-doce (alimento celebrado nas páginas sociais correlatas à prática discursiva em análise) e os exercícios de academia, cujo processo histórico remete à fabricação das aparências de cultura visual viril.

Esses modelos de perfeição e de imperfeição corporal estabelecem jogo contrastivo quando da apreciação (e dos modelos) do bem-sucedido corpo musculoso quanto dos efeitos de derrisão (e depreciação) do fracassado corpo gordo, que é doente (atentado contra a saúde, atravessamento do domínio médico), pecaminoso (atentado moral contra a vida, atravessamento do domínio religioso) e infeliz. Há, no entanto, plasticidade quanto das formas de circulação do discurso do homem Homem. O gordo pode vir a ser atributo valorizado *desde que* não se infrinja a prerrogativa do desempenho. A performance, que diz respeito à incidência do poder disciplinar, das tecnologias da biopolítica e do trabalho, edifica, afinal, o caráter de um homem. Ter o corpo moldado pela vontade é apenas um dos aspectos constituintes discurso em análise.

4. PRÁTICA DISCURSO-MIDIÁTICA DO SUSTENTO

Para o você que existe no ogro. ⁹¹

No capítulo anterior, tratamos do estatuto discursivo de dada retórica corporal na fabricação das aparências masculinas tomando por *corpora* enunciados imagéticos e linguísticos de revistas e páginas dedicadas à prática da musculação, bem como algumas de suas formas de circulação em ambiente virtual. O homem idôneo, seguro de si, entretanto, é mais do que um acúmulo de proporções hiperdimensionadas que ostenta. Ser homem de “verdade” requer, pela perspectiva desta tese, a aptidão para o combate e para o trabalho.

O presente capítulo tem como objetivo relacionar os dois atributos fundamentais da masculinidade, segundo orienta a prática analítica: *proteger* e *prover*. Esses dois verbos postulam a necessária *funcionalidade* do homem, que deve agir como força de sustentação, uma verdadeira fundação sobre a qual se ampara a defesa da pátria e a defesa da família. Uma certa rudeza do corpo e dos usos da língua procurar se vincular a essa tradição, em propagandas de produtos de embelezamento exclusivos para homens. Não obstante, a vaidade ocupa um perigosíssimo lugar: o do estereótipo nocivo da inocuidade feminina – é necessário, portanto, contorná-la, controlar seus efeitos, torná-la, em certo sentido, masculina.

Em um primeiro momento, discutimos o exercício do poder em Foucault (2010; 2014) no que se refere, em especial, aos regimes de normalização. Enquanto “máquina que faz dizer”, examinamos o assim denominado dispositivo da tradição, que classifica, enquadra, determina e engessa a dinâmica homem e mulher a dados comportamentos-tipo. Em um segundo momento, tratamos do engendramento dessas memórias em campanhas publicitárias contemporâneas que extraem sua força no combate a certos sexismos, o que, contudo, resvala na aceitação/manutenção da exclusão sob a égide do *protetor* e do *provedor*. Desse modo, o homem é princípio sem a qual não se pode edificar nada. Ao mesmo tempo, segundo manifesto da empresa *O Boticário* em parceria com o blog “Papo de Homem” (ANEXO IV), “homem

⁹¹ Slogan da campanha da empresa *O Boticário* para divulgação de sua nova linha de produtos masculinos, *Men only* (2016).

é gente. E gente precisa de cuidado” (BOTICÁRIO, 2016). De forma imperativa: #SeCuidaAí. Ninguém precisa ficar sabendo.

4.1 PROTEGER

A construção do homem Homem se pauta no vínculo firme e estabilizado (como se fosse natural) entre a dominação e a virilidade, bem como na projeção de um passado ideal, que teria sido perdido. Discutimos, à sequência, as relações de poder sob a perspectiva foucaultiana como forma de compreender como o princípio nocional da *centralidade masculina* institui condutas modelares dos assim chamados homens “de verdade”.

Se, como observa Machado (2015), em um primeiro momento, Foucault investiga as condições histórico-filosóficas de existência das ciências humanas, a partir da década de setenta o filósofo trata do aparecimento de saberes sobre o homem como elementos de uma disposição de natureza política. No curso “Em defesa da sociedade”, Foucault (2010) estabelece as bases para uma analítica do poder que, opondo-se às teses do Leviatã, de Hobbes, examina as regras da produção da verdade, atravessadas por uma complexa trama, cuja genealogia remete ao campo de saberes judiciais (do poder régio, soberano).

Esses deslocamentos têm efeitos sobre seu método de investigação, dentre os quais: 1) não se tem o objetivo de investigar formas regulamentadas de poder centralizadas. Ao contrário: deve-se apreender o poder em suas extremidades, em seus delineamentos, que se consolida em técnicas e em práticas (como a prática da punição); 2) não se trata de analisar o poder “intencional”, já constituído, mas de sua instância material de sujeição (as práticas que constituíram pouco a pouco o poder soberano); 3) deve-se evitar tomar o poder como algo homogêneo, maciço, que se concentra na figura de um único sujeito; ao contrário, deve-se compreendê-lo como algo que circula, algo que transita pelos indivíduos (inclusive, é um efeito do poder que o indivíduo seja reconhecido como tal).

É preciso, enfim, minuciar o modo como os fenômenos, as técnicas, os procedimentos de poder atuam; mostrar como eles se deslocam, se estendem, se modificam e, sobretudo, “como eles são investidos, anexados por fenômenos globais, e como poderes mais gerais ou lucros de economia podem introduzir-se no jogo

dessas tecnologias [...]” (FOUCAULT, 2010, p. 27). Para tanto, Foucault (2010) alerta sobre a necessidade de se desvencilhar do modelo de Hobbes e das teorias marxistas segundo as quais procedimentos ideológicos são sobredeterminados pela economia. Há que se levar em consideração os mecanismos de poder em uma conjuntura histórica mutável, nas quais as práticas (bem como sistemas de exclusão) tornam-se economicamente lucrativas e politicamente úteis. Assim, urge a necessidade de uma nova “analítica do poder” para o estudo de processos histórico-discursivos, como é o caso da inovação burguesa (séculos XVII e XVIII), a qual tem por característica a extração do tempo, do trabalho, dos bens e riquezas do corpo (do indivíduo ou da população) sem que haja a existência física de um soberano.

Em *Vigiar e Punir*, Foucault (2014) discute os modos de sujeição que se instauram a partir de certa economia somática. Segundo o autor (2014), no início do século XVII, se descrevia a figura ideal do soldado como aquele que, antes de tudo, se reconhece de longe; que leva os sinais naturais de vigor, coragem e orgulho. Seu corpo é seu brasão de força e de valentia. O filósofo cita um escrito de 1636, de L. Montgommery, para quem os sinais dos mais idôneos para o ofício são a atitude viva e alerta, cabeça direita, estômago levantado, ombros largos, dedos fortes, ventre pequeno, coxas grossas, pernas finas e os pés secos, “pois o homem desse tipo não poderia deixar de ser ágil e forte”. Já na segunda metade do século XVIII, o soldado transformou-se em algo que se fabrica. Algo que, de matéria informe, de um corpo inapto, faz-se máquina precisa. Por consequência, “lentamente uma coação calculada percorre cada parte do corpo, assenhoreia-se dele, dobra o conjunto, tornando-o perpetuamente disponível, e se prolonga, em silêncio, no automatismo dos hábitos” (FOUCAULT, 2014, p. 133).

Segundo ordenação de 1764, os recrutas são habituados a manter a cabeça ereta e alta, salientar o peito e encolher o dorso. “Ser-lher-á igualmente ensinado a nunca fixar os olhos na terra, mas a olhar com ousadia aqueles diante de quem eles passam” (FOUCAULT, 2014, p. 134). Foi durante a Época Clássica que houve descoberta do corpo como objeto e alvo de poder. O “grande livro do homem-máquina” foi escrito concomitantemente em dois registros: 1) anátomo-metafísico, cujas primeiras páginas apontam para a filosofia cartesiana e 2) técnico-político, constituído por conjunto de regulamentos militares, escolares, hospitalares e por processos empíricos que visavam controlar ou corrigir as operações do/no corpo.

Eis os esquemas de docilidade-utilidade do século XVIII, redução materialista da alma e uma teoria geral do adestramento, que une o “corpo analisável” ao “corpo manipulável”. Conforme Foucault (2014), não é, certamente, a primeira vez que o corpo é objeto de investimentos tão imperiosos e urgentes; em qualquer sociedade, “o corpo está preso no interior de poderes muito apertados, que lhes impõe limitações, proibições ou obrigações” (FOUCAULT, 2014, p. 134). Entretanto, muitas coisas são novas nessas técnicas, *a escala do controle* em primeiro lugar. Não se trata de cuidar do corpo como se fosse uma unidade indissociável, mas de trabalhá-lo detalhadamente; de exercer sobre ele uma coerção sem folga que o mantém ao mesmo nível da mecânica (no que toca aos movimentos, gestos, atitude, rapidez). Trata-se de um “poder infinitesimal sobre o corpo ativo” (FOUCAULT, 2014, p. 135), economia eficaz dos movimentos e da organização interna.

Esses métodos que permitem o controle minucioso das operações sobre o corpo e da sujeição constante de suas forças é que Foucault (2014) denomina de “disciplinas”. Disciplina é diferente da *escravidão*, pois não se fundamenta numa relação de apropriação (a elegância do modelo disciplinar dispensa relação custosa da violência extrema); diferente também da *domesticidade*, que é relação de dominação constante, global e maciça sob a forma da vontade do patrão; diferente da *vassalidade*, que é relação de submissão altamente codificada; diferente ainda do *asceticismo monástico* que tem como função realizar “renúncias”.

Para Foucault (2014, p. 135), o momento histórico das disciplinas é o momento em que nasce uma arte do corpo humano que não visa unicamente o aumento de suas habilidades, mas a formação de uma relação que, a partir do mesmo mecanismo, o torna mais *obediente* e mais *útil*. O corpo humano, assim, “entra em uma maquinaria do poder que o esquadrinha, o desarticula, o recompõe” (FOUCAULT, 2014, p. 135). Trata-se de anatomia política e mecânica do poder que fabrica corpos submissos e exercitados, corpos dóceis.

Em uma palavra: ela [a disciplina] dissocia o poder do corpo; faz dele por um lado uma “aptidão”, uma “capacidade” que ela procura aumentar; e inverte por outro lado a energia, a potência que poderia resultar disso, e faz dela uma relação de sujeição estrita. Se a exploração econômica separa a força e o produto do trabalho, digamos que a coerção disciplinar estabelece no corpo o elo coercivo entre uma aptidão aumentada e uma dominação acentuada (FOUCAULT, 2014, p. 136).

Essa discussão está no bojo das reflexões anteriores sobre biopolítica, governamentalidade (da população) e saúde (cf. subtítulo 3.2), uma vez que mecanismos de poder-saber pesam na análise enunciativa sobre regimes de normalização (da norma) e de exclusão (da negação do indesejado). Técnicas e tecnologias do controle estão involucradas à concepção da virilidade em especial quando da discussão das duas condutas basilares à masculinidade: *proteger* e *cuidar*. O corpo útil e dócil é, em certo sentido, corpo viril, o qual, a exemplo dos soldados franceses descritos por Foucault (2015a), estão aptos à conquista e ao sucesso. Conforme promulgou discurso publicitário de propaganda de 1931 de *Biotônico Fontoura*: “O Brasil quer gente forte!”.

Figuras 23 e 24 - Biotônico Fontoura.



Fonte: Propagandas Históricas. Disponível em: <<https://www.propagandashistoricas.com.br/>>. Acesso em: 09 fev. 2018.

As condições de possibilidade das figuras 23 e 24 ilustram como a experiência da guerra é uma experiência do corpo, momento em que a força da disciplina faz incorporar cabalmente à noção de masculinidade o vigor, a saúde e o sentimento de defesa da nação. No que tange às peças em análise, é importante considerar que em 1930, no Brasil, iniciou-se um movimento armado nos estados de Minas Gerais, Rio

Grande do Sul e Paraíba que culminou com um golpe de estado que depôs o então Presidente da República Washington Luís e impediu a posse do presidente eleito Júlio Prestes. No furor do lançamento dos anúncios publicitários, Getúlio Vargas assumia o chamado “Governo Provisório”⁹². Enquanto em âmbito mundial vivia-se atribulado período entreguerras; no Brasil, eclodia a guerra civil de 1932 ou “Revolução Constitucionalista”, movimento armado que tinha por objetivo derrubar Vargas⁹³ (SCHWARCZ; STARLING, 2015).

Se interessa à análise “escavar” camadas descontínuas da história (cf. subitem 1.3), é importante reconhecer que muitos termos como “golpe de estado” ou “revolução” partem de posições-sujeitos bem definidas enquanto estabelecimento de dada “vontade de verdade”, que tem por fonte história oficial. No estudo, questionamos os enunciados em relação à constituição dos sentidos de homem viril, os quais ressoam em produções contemporâneas.

Ainda sobre as condições de irrupção do dizer - cuja temporalidade e a situacionalidade apontam para um contexto beligerante no Brasil (e nos países envolvidos direta ou indiretamente com a 1ª Guerra Mundial) - acrescenta-se que o *Biotônico Fontoura*⁹⁴ foi criado em 1910 pelo farmacêutico brasileiro Cândido Fontoura e completou cem anos em 2010, sendo um dos remédios mais antigos ainda em circulação no país. O nome foi dado pelo famoso escritor brasileiro Monteiro Lobato, amigo profissional do farmacêutico, no tempo em que os dois trabalhavam juntos no jornal *O Estado de São Paulo*. Posteriormente, foi criado o Almanaque Fontoura que

⁹² Com a posse de Vargas no Palácio do Catete, o Executivo assumia a plenos poderes e passava-se a ter condições de promover radical intervenção no sistema político. “O Congresso Nacional, as Assembleias Legislativas Estaduais, as Assembleias Municipais foram dissolvidas, os políticos eleitos durante a Primeira República perderam seus cargos, os presidentes dos estados foram substituídos por interventores, a imprensa de oposição foi censurada – pela primeira vez, desde a Constituição de 1824, todos os postos de poder no país estavam sendo ocupados por civis e militares não eleitos” (SCHWARCZ; STARLING, 2015, p. 361).

⁹³ Segundo Schwarcz e Starling (2015, p. 365), forte estrutura de defesa para o Rio de Janeiro sufocou qualquer tentativa de golpe militar na capital da República e jogou na guerra oitenta mil homens do Exército e da Marinha, muitos vindos do Norte e do Nordeste, contra setenta mil paulistas. O estado de São Paulo foi cercado por terra, aviões do governo federal abriram artilharia sobre trincheiras dos rebeldes e o porto de Santos foi bloqueado. Em 1º de outubro de 1932, São Paulo assinou a rendição. Concluem as historiadoras: a “guerra paulista” mobilizou o país todo.

⁹⁴ Conforme bula do remédio, trata-se de um “suplemento mineral indicado como auxiliar nas anemias carenciais e em dietas inadequadas”. Disponível em: <<https://consultaremedios.com.br/biotonico-fontoura-n/bula>>. Acesso em 01 jan. 2019.

trouxe a personagem de Lobato Jeca Tatu⁹⁵ com propósito de divulgar campanha contra a ancilostomíase, popularmente conhecida como “amarelão”. A fórmula inicial continha 19,5% de álcool etílico; em 2001, a ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) proibiu álcool em formulações destinadas às crianças, nesta época o produto continha 9,5% de álcool etílico⁹⁶.

É lícito afirmar que o tônico, em função do prestígio e do tempo de existência, está assentado no imaginário brasileiro como um fortificante destinado a pessoas de qualquer idade que não se alimentam bem ou que estejam debilitadas devido a doenças de natureza diversa. Na propaganda do produto de 1934 (figura 24), estabelecem-se pares contrastivos que direcionam o senso-comum no que se refere à percepção dos papéis dos gêneros ou, em sentido foucaultiano, às normas e a política de vigilância sobre os corpos:

A mulher bonita e o homem forte formam o par perfeito que toda a gente admira nas ruas, nas festas, nas praias de banho, em qualquer parte. Não há Belleza nem Força sem Saúde e não há Saúde sem BIOTÔNICO FONTOURA.

O ideal de “homem forte” é mais bem especificado na outra peça, de 1931:

Antes: fraco e desanimado, um imprestável. Hoje: cheio de saúde e vigor graças ao BIOTÔNICO FONTOURA.

Em seus aspectos visuais, a imagem da figura 24 estabelece o que caracteriza como aspectos positivos para o corpo feminino (beleza) e quais seriam os do corpo masculino (força). A distinção se resulta das práticas de manutenção da saúde à época. Força e vigor, por sua vez, são os adjetivos que separam os homens de boa postura e sorriso farto de um simulacro (espécie de cópia malfeita), de quem o corpo magro merece ter o torso escondido por roupas. Os enunciados em questão, sinalizam a existência de uma sociedade ainda nos moldes disciplinares (dadas às condições de existência da propaganda). A ênfase, no enunciado, “ideal de todos” proclama o

⁹⁵ Jeca Tatu, personagem de Monteiro Lobato inicialmente para sua obra *Urupês* (1918), reunia imaginário das mazelas nacionais à época (SANT'ANNA, 2013, p. 266).

⁹⁶ Para mais informações, ver: <<https://www.propagandashistoricas.com.br/2013/01/biotonico-fontoura-mais-de-100-anos-com.html>>. Disponível em: 3 jan. 2018. A bula em versão digital consta do site: <http://www.medicinanet.com.br/bula/971/biotonico_fontoura.htm>. Disponível em: 3 jan. 2018.

tipo de homem que a pátria necessita para protegê-la. Simbolicamente, o Brasil é a instância maior, parâmetro de identificação que suscita união entre os brasileiros, dos quais, nas trincheiras das guerras, literalmente, depende a vida uns dos outros. O corpo é algo que se fabrica, mote das disciplinas que, conforme análise de Foucault (2014), prosperaram desde meados do século XVIII. Corpo é recurso militar, seu sacrifício concede a honraria de defender algo maior do que si mesmo (nesse caso a pátria, posteriormente a família). O “Brasil quer gente forte” e, portanto, rejeita, nega e descarta gente fraca, o homem não Homem, conforme o oposto da designação de *Old Spice* (2014).

Há uma estreita relação entre utilidade, docilidade dos corpos disciplinados às normas que regem princípios nocionais de virilidade. De outra forma: proteção e belicosidade são atributos que historicamente se confundem com a noção de homem viril. No que se refere à experiência nazifascista⁹⁷ de guerra e virilidade, para citar outro exemplo, Chapoutot (2013) constata que “os combatentes fracos são os duros, e o anonimato performativo das mulheres da sua vida contribui para purificar a sua identidade de qualquer ambiguidade: o feminino não participa do seu mundo e a exclusão assume aqui a forma do recalque ou da recusa” (CHAPOUTOT, 2013, p. 337). Já Sant’Anna (2013) destaca as mutações das virilidades rurais e urbanas no Brasil durante o final do século XIX, na instauração da Primeira República [1889-1930]. Para a autora, a formação do verdadeiro macho se constrói ao lado de inúmeras precauções.

Desde cedo os rapazes precisam estar preparados para todo tipo de enfrentamento: “caçadores, pescadores, marinheiros, barqueiros, tropeiros,

⁹⁷ Para Andoin-Rouzeu (2011), o estereótipo do guerreiro ocidental esteve relacionado por muito tempo à concepção de virilidade moderna. Em 1917, Fritz Erler, retratista de Hitler, redesenha os traços do soldado, “exorcizando” formas do passado: “o soldado, com a cabeça coberta com o famoso capacete de aço (*Stahlhelm*) emblemático dos combates das tropas de assalto em Verdun e em la Somme, levando granadas de mão e máscara contra gases, parece ter-se liberado do arame farpado da *no man’s land* no último plano. Nos traços do rosto as marcas da determinação. O olhar, sobretudo, é essencial: os olhos brilham intensamente, sem que se saiba se estão olhando para a vitória, para a morte ou para uma forma de absoluto pessoal. Este soldado, cujo corpo e cuja alma se enrijeceram no fogo dos combates, já é o ‘homem novo’ fascista, que vai encontrar também nos monumentos aos mortos. O fascismo italiano e o nazismo alemão sistematizam o modelo, e ao mesmo tempo o libertam das realidades concretas do combate moderno: os guerreiros de músculos hipertrofiados e de ossatura rígida e das esculturas e baixos-relevos de Joseph Torak e Arno Breker estão nus e seguram a espada, em uma imitação ‘brutalizada’ do guerreiro antigo”. (ANDOIN-ROUZEU, 2011, p. 394-395 – grifo do autor).

vaqueiros, garimpeiros e foragidos de toda espécie perambulam por matas e sertões brasileiros mesclando suas diversas 'armações' à coragem cotidiana de vencer o desconhecido" (SANT'ANNA, 2013, p. 246)⁹⁸. O desenvolvimento urbano, nesse sentido, modificou o perfil da coragem e dos cuidados contra o mal. A masculinidade construída nas primeiras décadas do século XX incluiu certa dificuldade para separar da modernidade o atraso, bem como a prova viril do medo de falhar. A experiência brasileira atesta diferentes perfis: homens letrados e iletrados, "talhados à pena ou à navalha". Para a historiadora, no longo e tumultuado itinerário de heroísmos, a identidade masculina foi forjada em meio a farras e freges, mas também pelo exército e suas numerosas paradas militares, pelos meios de comunicação em massa e pelos progressos científicos.

Nesse contexto, a defesa da honra era uma forte experiência para os homens:

O defloramento de moças, incluindo menores de idade, podia ser vingado por seus pais e irmãos para punir aqueles que desonravam um nome, uma família e uma tradição. Já a honra do homem casado tendia a estender-se para o corpo de sua prole e o de sua esposa. Tradição colonial, para a mulher solteira, conforme Algranti, 'honra era sinônimo de castidade; para a casada, ela se apresentava investida da fidelidade ao marido, presa às normas sexuais impostas à esposa pelo matrimônio'. Já para o homem, além de não temer os deságios impostos pelas asperezas da vida, era preciso mostrar-se ativo sexualmente com as mulheres (SANT'ANNA, 2013, p. 249).

A prova de coragem tinha vários lugares ao longo da vida. Ela era reivindicada quando os meninos contraíam varicela, malária, entre outras doenças comuns. Alguns morriam ainda "anjos"⁹⁹, mas muitos sobreviviam, às vezes, com cicatrizes que provavam o sofrimento vencido. Conforme Sant'anna (2012), como se não bastassem as doenças semelhantes a rituais de passagem, a maior parte dos remédios disponíveis até a década de 1920 exigia "verdadeira postura heroica dos

⁹⁸ Sant'Anna (2013) ilustra a fé e coragem do "macho" com oração em louvor a São Marcos para proteção contra emboscada, facada ou tiro publicada em matéria do *Jornal Correio Paulistano* (14/01/1886): "Senhor, eu vim guerrear com os teus inimigos. Se eles puxarem armas longas, que são as facas, estas dobrarão da ponta até ao cabo; se eles puxarem as armas estreitas, que são as espadas, estas virarão batedeiras de algodão; se eles puxarem armas de fogo, cairão os peixes e correrá água pelo cano; se eles puxarem as armas do mato, que são os porretes, virarão hóstias".

⁹⁹ Credo popular brasileiro que significa morrer ainda criança (até os sete anos). Diz-se que "não se deve chorar a morte de um anjinho, pois as lágrimas molharão as suas asas e ele não alcançará o céu". Disponível em: < <https://www.recantodasletras.com.br/artigos/3708881>>. Acesso em 01 jul. 2018.

consumidores”. Era costume aviar doses de óleo de rícino aos filhos uma vez ao mês para “azeitar a máquina”. A doença e o sofrimento físico eram necessários para criação de “homens verdadeiros”. A dor física, nesse sentido, podia “endireitar a alma e erigir firmeza no pensamento”. As surras levadas dos pais eram entendidas como necessárias para formação do caráter reto. Chicotes de couro e varas de marmelo eram instrumentos para transformar o jovem franzino (SANT’ANNA, 2013, p. 250)¹⁰⁰. “Homens de mentira”, conclui Sant’Anna (2013), eram, portanto, os choramingões, sujeitos acometidos por tremedeiras visíveis diante da menor ameaça.

Proteção e fortaleza, vulnerabilidade e fraqueza constituem dicotomia sobre o homem viril segundo evidência material enunciativa das propagandas de *Biotônico Fontoura*. Porém, há uma ambivalência: proteger a pátria (ou a família, conforme discussão da seção 4.2) também implica a capacidade de destruir o outro quando se faz necessário. Muchembled (2014, p. 26), em estudo sobre a brutalidade na Europa do fim da Idade Média aos dias de hoje, afirma que a agressividade destruidora é “coisa de homens”. Atualmente, na Europa, as mulheres representam apenas 10% dos culpados de homicídio, o que era igualmente o caso da Inglaterra no século XIII, e são poucas as variações constatadas desde há setecentos anos. Na França, elas constituem 14% das estatísticas do conjunto de crimes e delitos cometidos em 2002 e 5% da população prisional. Na China, de 1736 a 1903, eram pouco mais de 2% dos 22.553 autores de homicídios conhecidos, mas 11% das vítimas (MUCHEMBLED, 2014). Nolasco (2001) corrobora a esse ponto de vista para quem a violência não é um ente, ela é “macho”.

O psicanalista (2011), apoiando-se em dados empíricos levantados por instituições como Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, o Instituto de Estudos da Religião - ISER e as Organizações das Nações Unidas - ONU, constata que 90% do contingente carcerário brasileiro é masculino. São os homens também que ingerem maior quantidade de álcool e outras de drogas, além de cometerem mais suicídios. Segundo o discurso em análise, a doçura feminina (a mulher bonita)

¹⁰⁰ “Sob o frágil invólucro do menino reluz o homem. [...] A esse pré-adulto, que é o *Puer*, deve-se, portanto, ensinar os códigos da virilidade, é preciso dar-lhes as chaves da confraria à qual logo ele irá pertencer. Para evitar que seja confinado para sempre nos limbos da infância ou nas suavidades do gineceu é preciso conformar o garoto aos principais estereótipos masculinos: a bravura, a honra, a lealdade, a vontade de dominação e o complexo de superioridade em relação às mulheres. A idade viril deve ser preparada desde a infância” (JABLONKA, 2013, p. 37-38).

contrapõe-se à brutalidade viril (o homem forte), ao corpo treinado do soldado. Esse ideal de potência do corpo foi examinado, no decorrer do século XX, sob o crivo da medicina no que tange a critérios anatômicos (presença do aparelho genital adequado) e fisiológicos com vistas à definição do ato sexual (o que torna uma ereção possível para a penetração¹⁰¹).

Até o século XIX, acreditava-se que era no sangue que estava a supremacia do homem. O nascimento da endocrinologia e, conseqüentemente, do paradigma hormonal deslocou a definição de masculinidade para a testosterona (em substituição ao esperma) como agente de virilização (CAROL, 2013). Parafraseando Carol (2013, p. 45), a ciência foi tentada a atribuir à testosterona efeitos sobre o comportamento, em particular sobre a agressividade, considerada até então qualidade especificamente masculina no cenário evolucionista. A medicina, ademais, comprometeu-se em restaurar a virilidade perdida ou acentuá-la com transplantes de glândulas endócrinas de animais (como cachorros e bois) com o objetivo de combater a feminização, homossexualidade e a disfunção erétil. Entre 1916 e 1921, o médico austríaco Eugen Steinach, pioneiro da opoterapia, pautando-se na premissa de que o déficit de hormônio masculino é causa dos problemas de identidade sexual, realizou transplantes cruzados entre cobaias macho e fêmea para descrever que, após a operação, os dois animais adotaram comportamentos sexuais próprios ao outro sexo. Outros médicos avançaram com tratamento em humanos e relataram “resultados promissores” (CAROL, 2013, p. 72).

Na contemporaneidade, páginas de redes sociais como *Facebook* exploram discurso sobre masculinidade atualizando discurso publicitário e médico, cujas explicações biologicistas¹⁰² “invocam a agressividade predatória induzida pela necessidade de assegurar a sobrevivência da espécie, inscrita nos genes do caçador macho, levando-o a destruir os seus concorrentes e a fecundar o máximo de

¹⁰¹ Tópico do qual trata Sant’Anna (2013) quando das propagandas de fármacos do começo do século XX, que possibilitavam ao homem “dar no couro”. A relação entre conquista e virilidade é mais bem explorada no capítulo 5.

¹⁰² Conforme Bourdieu (2016), “as aparências biológicas e seus efeitos, bem reais, que um longo trabalho coletivo de socialização do biológico do social produziu nos corpos e nas mentes conjugam-se para inverter a relação entre as causas e os efeitos, e fazer ver uma construção social naturalizada (...) como o fundamento *in natura* da divisão que está no princípio não só da realidade como também da representação da realidade e que se impõe, por vezes, à própria pesquisa (BOURDIEU, 2016, p. 14). Para o autor, a naturalização das relações de dominação e da violência simbólica é o que mantém a sociedade “androcêntrica”.

parceiras” (MUCHEMBLED, 2014, p. 26). A agressividade, nesse sentido, adquire estatuto de “natural” ao homem. São exemplos *posts* das páginas *Sujeito Homem* (1.194.199 assinantes) e *Homem Tradicional* (529.773 assinantes):

Figuras 25 e 26 – Sujeito Homem e Homem Tradicional.



Fonte: Disponível em: <<https://www.facebook.com/OSujeitoHomem/?fref=ts>>. Acesso em 01 out. 2016. E <<https://www.facebook.com/homemtradicional/?fref=ts>>. Acesso em 01 out.2016.

A postura dos soldados é inflexível. Tanto a armadura (figura 26) quanto o traje social (ainda que sem o paletó) (figura 25) representam a fortaleza do homem que tem o peso do mundo em responsabilidades nas suas costas, embora, mesmo assim, não demonstre fraqueza (fica mais forte) e não reclame (não revele onde dói). Esse discurso está materializado pelo efeito de recorrência dos padrões iconográficos do corpo: fixidez na postura, cabeça à direita, olhar compenetrado dirigido a uma ameaça que o observador da imagem não vê, mas eles sim.¹⁰³

Segundo Revel (2011, p. 109-110), a norma corresponde ao surgimento de um biopoder, isto é, um poder sobre a vida, e a modelos de governamentalidade que se

¹⁰³ Para Courtine e Horoche (2016), a expressão facial é um elemento crucial no desenvolvimento da história do indivíduo no ocidente. O rosto, parte sensível desse processo, é o lugar mais íntimo e, ao mesmo tempo, mais exterior do sujeito. No extremo da experiência da associação de traços do rosto à características e disposições morais, Cesare Lombroso, no século XIX, descreveu como a mente criminoso estaria relacionada a determinadas anomalias somáticas: “tais seriam, por exemplo, a escassez dos pelos, a pouca capacidade craniana, a fronte fugidia, os seios frontais muito desenvolvidos, a frequência maior dos ossos vórmios, sobretudo intercalares, sinostoses precoces (...)” (LOMBROSO, Cesare. O homem delinquente em relação à jurisprudência e à psiquiatria, III, 1 (1876) *APUD* ECO, 2014, p. 260). Tais traços constituem amplo repertório exaustivamente descritivo que culminaram com a pseudo-ciência denominada “Fisiognomonia”.

encontram interligados. O modelo jurídico da sociedade, elaborado entre os séculos XVII e XVIII, dá lugar a um modelo médico e observa-se uma verdadeira “medicina social” que ocupa campos de intervenção que vão muito além da doença e do doente. Assim, a instalação de um aparelho de medicalização coletiva, que gerencia as populações por meio do controle da saúde, da demografia, da higiene ou alimentação, permite aplicar ao conjunto da sociedade uma distinção permanente entre o normal e o patológico que contrapõe, no caso da experiência do *Biotônico Fontoura* e, de forma similar, das páginas do *Facebook*, o fraco, desanimado e imprestável ao homem saudável e vigoroso.

As disciplinas, a normalização por meio da medicalização social, a emergência de uma série de biopoderes aplicados a indivíduos e a populações, segundo princípio da economia e da gestão política e o surgimento de tecnologias do comportamento, formam, desse modo, configuração do poder que está, segundo Foucault, ainda em vigor no fim do século XX (REVEL, 2011, p. 110). Esse sistema articulado de normalização dos comportamentos, do modo de vida, do trabalho, etc. é absolutamente excludente. O sujeito que aparece nas páginas sociais em análise é, com algumas exceções, sempre o mesmo: homem branco, de meia idade, alto, musculoso e heterossexual. A produção do “homem de verdade” ou, conforme as denominações, o “sujeito homem”, “homem tradicional” (ANEXO III) perpassa, assim, certa estética da existência restritiva quanto ao corpo, o gesto e a conduta: política do olhar que incide na contemporaneidade sobre o corpo masculino, atualizando definições do “Homem forte” e do “ideal de todos”, respectivamente, de 1931 e 1934.

Coragem, bravura, prova viril e proteção constituem espaços pelos quais irrompe o sujeito homem Homem, no passado e no presente. Conforme resume o “Clube dos homens” - página que reúne membros sob a alcunha “causa” presente também no *Facebook* -: “Se quer paz, prepara-se para a guerra”.

Figuras 27, 28 e 29 - Virilidade e guerra.



Fonte: Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/homemconservador/>>; <<https://www.facebook.com/semperviriCDH/>>; <<https://www.facebook.com/SoldadoBrasileirobr/>>. Acesso em 01 jul. 2018.

Enuncia-se corpos disciplinados, dóceis; corpos agenciados para a defesa viril da honra, constantemente posta à prova. Em conclusão: a complexa rede de regularidades enunciativas prescrevem traços somáticos do corpo do soldado, que é metaforicamente o corpo do homem “de verdade” na medida em que desloca a memória sobre experiência histórica da guerra para o convívio social. Parafraseando Tasso (2013), são condições de possibilidade dos enunciados dizerem-se no jogo de uma exterioridade, que façam aparecer a lei na qual se detenha as regras para a enunciabilidade e o funcionamento discursivo. Assim sendo, “o Brasil precisa de gente forte!” (BIOTÔNICO, 1931), do “ideal de todos” (BIOTÔNICO, 1934), que não revela onde dói (FACEBOOK, 2018), que se tona mais duro na medida em que a vida não fica mais fácil (FACEBOOK, 2018). O Brasil precisa do homem-caveira, que é ameaça maior ainda que a própria morte (FACEBOOK, 2018): sistema enunciativo cuja ambivalência suscita proteção.

A historiadora francesa Françoise Thébaud postula que “a guerra, que coloca cada sexo em seu lugar, é então chamada para regenerar e revirilizar as nações, para revelar às mulheres a sua ‘verdadeira natureza’” (AUDOIN-ROUZEAU, 2013, p. 504). “Guerra” que, nos *corpora*, não adota o sentido de conflito entre nações, mas de luta pela sobrevivência – pais de família, homens honrados, são colocados na condição de soldados em campo inimigo.

4.2 PROVER

A guerra fascina os meninos desde a mais tenra idade. Ela envolve atributos de superação, enfrentamento, coragem com forte apelo à masculinidade. “Morrer pela pátria é construção medieval, sacralização extrema do serviço à nação, cuja sedimentação permanece incompleta até os dias de hoje” (IZECKSOHN, 2013, p. 267). A condição masculina, para Izecksohn (2013), parece ser particularmente sensível a imagens bélicas que se encontram nas raízes do patriotismo e do nacionalismo, muitas vezes decantadas em hinos e monumentos em referência à virilidade nacional¹⁰⁴.

Essas camadas descontínuas de história, sob a forma de acúmulos enunciativos (cf. subitem 1.3), fazem reverberar sentidos no tocante à *conduta guerreira*, que desloca necessidade da defesa da pátria para a defesa da família. O *homem forte* e a *mulher bonita*, dicotomia materializada no anúncio publicitário de 1931 para divulgação de famoso tônico fortificante, encontra espaços para resistência em ambiente virtual. Regimes de tateabilidade (cf. subitem 3.3) cumprem a função de agregar vozes dissonantes à vontade de verdade segundo a qual os gêneros são igualitários em direitos e em obrigações. Tais vozes adquirem, nesse contexto, caráter subversivo.

Em atividade de coleta de *corpora* para o desenvolvimento do estudo, compilamos, em tabela, páginas brasileiras do *Facebook*, a maior rede social do mundo, que tematizam a condição viril, o ser homem “de verdade”. Trinta e um resultados foram considerados relevantes (ANEXO III). O código de programação do site organiza e direciona os “perfis” de pessoas supostamente de acordo com seus interesses por termos indexadores (cf. capítulo 3). Dentre as opções possíveis para indicação do tipo de página (que poderia ser *Escritor*, *Entretenimento*, *Personagem Fictício*, etc.), foram selecionadas preferencialmente aquelas que estão classificadas pelo marcador “causa”.

¹⁰⁴ Thomasset (2013) trata dos rigorosos modelos da Idade Média que estabeleceram ideais de cavalaria, cristandade e mito do herói fundador presente, em especial, nas lendas e cantos saxônicos. A fábula cavaleiresca, a constituição dos exércitos e a função social do guerreiro também são temas de discussão em Drévilon (2013).

Apesar de não ser uma pesquisa de natureza quantitativa, destacam-se os contingentes numéricos dos perfis virtuais que “curtem” (a rigor, aprovam os conteúdos ali publicados) e “seguem” (inscrevem-se para receber os *posts*) o espaço de discussão e compartilhamento de “dados”. Os três principais resultados segundo esses critérios são: *Orgulho de ser hétero* (997.664 curtidas e 999.981 seguidores), *Clube dos homens* (589.44 curtidas e 582.615 seguidores) e *Seja Homem* (370.175 curtidas e 367.450 seguidores).

Conforme discussão anterior sobre cultura, sensibilidade digital e discurso (cf. capítulo 3), é necessário reconhecer o estatuto dinâmico dos objetos e dos próprios modos de observação do “universo cultural” (BRAGA, 2014). Os nomes das páginas em análise sugerem clamor à reunião dos homens diferentes dos demais, aptos a participar de uma grande irmandade, que espalha a palavra a todos os outros enquanto parâmetro moral: advoga-se em prol de uma causa, afinal. A mulher, nesse sentido, é o único par aceitável aos homens Homens, orgulhosos da sua orientação heterossexual:

Figuras 30, 31 e 32 - Mulher do homem viril.



Fonte: Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/SejaHomem/>>; <<https://www.facebook.com/semperviriCDH/>>. Acesso em 01 jul. 2018.

Defendemos a premissa de que o processo de acirramento das posições, multiplicação das formas do discurso de ódio e de exclusão muito tem a ver com a sensibilidade digital, os modos de circulação e os regimes de tateabilidade (cf. subitem

2.3) nele implicados. A mulher “certa” para um homem com agá maiúsculo deve possuir um rol sem fim de características destinadas à manutenção do relacionamento. O homem, por sua vez, segundo sistema de regularidades, a partir do momento que a conquista, deve ser capaz de protegê-la, qual um soldado medieval (figura 32) ou, em tempos modernos, um homem cujo efeito de dominação está associado fundamentalmente ao dinheiro.

O último aspecto - o poder financeiro - redefine, de certo modo, a metáfora da guerra. O campo de batalha é o mercado de trabalho, ao passo que a virilidade se dá na conquista da supremacia monetária. De outra forma: o “rapaz forte” deve sê-lo para prover a família; a “mulher bonita”, por sua vez, é quem deverá salvá-lo do mundo de devassidão pré-casamento, dos “naturais” desvios da juventude. Se a criança é virilizada pela vara de marmelo no Brasil rural da década de trinta (SANT’ANNA, 2013), a materialidade discursiva indica que a mulher - a verdadeira mulher - deverá terminar a formação do caráter trabalhador e responsável do homem ao menos no que concerne à prática discurso-midiática do sustento.

As páginas analisadas ao longo de todo estudo projetam no passado um campo seguro para a definição de família. Não se trata, entretanto, como se pode supor, de um passado que encontra estabilidade em narrativas historiográficas. Há forte espaço de idealização e apagamentos da representatividade feminina ou dos espaços de movência do homem, aquém de uma dada caixa hermética de posturas ditas masculinas. É como se as violências (simbólicas e físicas) associadas a esse modelo não tivessem acontecido, como se este fosse o modelo “natural” sobre o qual não há necessidade de questionamentos. Mais do que isso: as vozes dissonantes ganham força e corpo nas redes sociais assumindo o papel de resistência à desvirilização e ao pecado. Chamamos de *dispositivo da tradição* essa atividade de retorno e reconstrução de memórias, cuja missão é restaurar o papel da família e, em especial, do homem. Conforme dispositivo em análise, o verdadeiro sobre o que é ser homem e o que é ser mulher está associado a projeto moral e econômico de sociedade que precisa conservar (e revitalizar) suas bases.

O *antigo* fascina o homem com agá maiúsculo. É o único lugar verdadeiramente seguro no qual essa subjetividade encontra possibilidade de existência, longe dos “desvios” contemporâneos. Disso decorre a necessidade de recriação do passado no presente: em âmbito virtual, os filtros de fotos sugerem apagamento do brilho

característico de antigas máquinas fotográficas, assim como as referências às pessoas são de homens valorosos de décadas passadas, como é o caso da personagem Don Vito Corleone¹⁰⁵ do filme “O Poderoso Chefão” (1972), que ilustra a abertura da página “Homem Conservador” e do lutador e ator Sylvester Stallone em sua juventude, quando estrelou “Rocky Balboa” (1976).

O obsoleto, o antiquado, o ultrapassado, o arcaico adquire *status* privilegiado de pureza. Reconstruir o passado, retomá-lo e conservar o que dele ainda existe - como, por exemplo, os pretensos lugares de homens e de mulheres - está na ordem do dia. Eco (2018, p. 44) afirma que o culto à tradição¹⁰⁶ remonta ao final da idade helenística como reação ao racionalismo grego clássico. Na bacia do mediterrâneo, povos de diversas religiões sonharam com a “revelação recebida na aurora da história humana”, que permanecera, conforme a alegoria, escondida sob o véu de línguas já esquecidas. Como consequência, “*não pode existir avanço do saber. A verdade já fora anunciada de uma vez por todas, e só podemos continuar a interpretar sua obscura mensagem*”. Disso decorrem os “nós” discursivos que prescrevem apelo conservador:

O conservadorismo advém de um sentimento que toda pessoa madura compartilha com facilidade: a consciência de que as coisas admiráveis são facilmente destruídas, mas não são facilmente criadas. Isso é verdade, sobretudo, em relação às boas coisas que nos chegam como bens coletivos: paz, liberdade, lei, civilidade, espírito público, segurança da propriedade e da vida familiar, tudo o que depende da cooperação com os demais, visto não termos meio de obtê-las isoladamente. Em relação a tais coisas, o trabalho de destruição é rápido, fácil e recreativo; o labor de criação é lento, árduo e maçante. Esta é uma das lições do século XX. Também é uma razão pela qual os conservadores sofrem desvantagem quando se trata da opinião pública. Sua posição é verdadeira, mas enfadonha; a de seus oponentes é excitante, mas falsa (SCRUTON, 2015, p. 9).

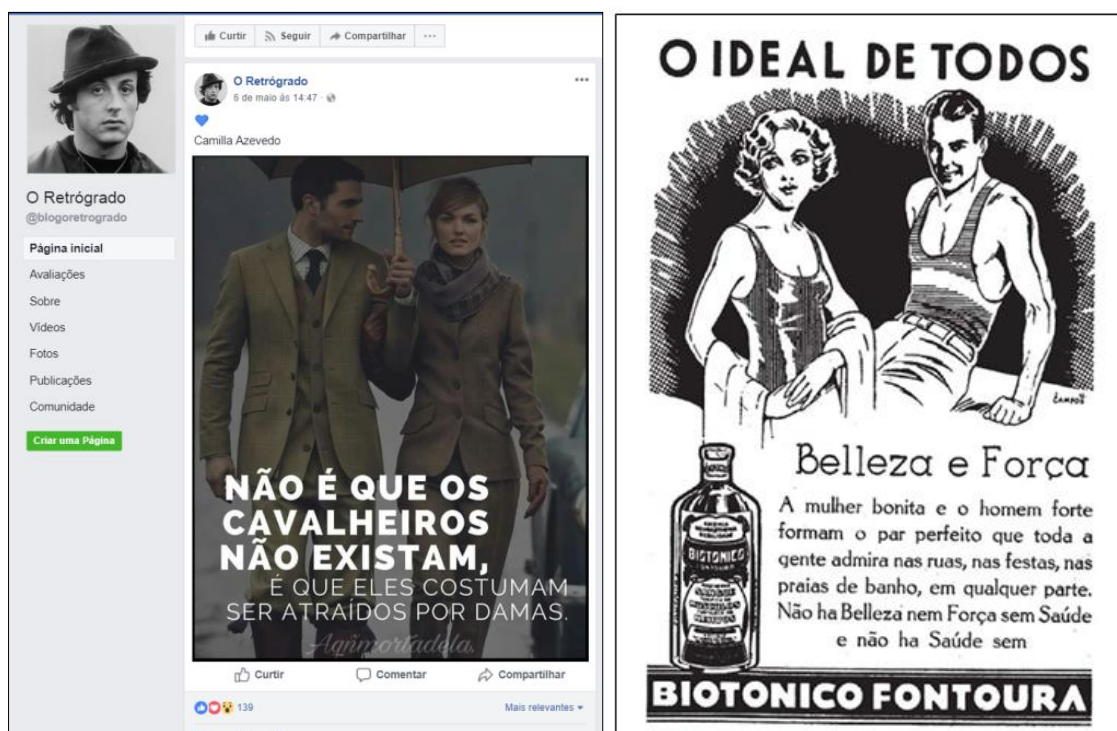
Sob tal engendramento de verdades, o ideal de todos ainda é (deve ser) o homem forte e a mulher bela. Perpetua-se imageticamente o trabalho “lento, árduo e maçante” (mas verdadeiro!) de manutenção. Conforme o *post* da página “O

¹⁰⁵ D. Corleone é valoroso por possuir virilidade intrínseca, ainda que tenha sido um gangster e - a rigor - um assassino. A personagem ficcional foi concebida para o livro *The Godfather*, de 1969. Tornou-se ícone do cinema com o filme homônimo, de 1972. Para mais informações ver: < <http://www.estilogangster.com.br/a-biografia-de-don-vito-corleone/>>. Disponível em: 19 ago. 2018.

¹⁰⁶ Eco (2018) trata do “culto à tradição” como característica do que denomina Ur-Fascismo ou Fascismo eterno. A tese é a de que o fascismo não retorna tal como foi no passado, mas adquire novas nuances que, em suma, remetem aos mesmos significados profundos.

Retrógrado” (figura 30), o cavalheiro protege sua dama da chuva, olhando por/para ela: eis a tradição, espaço de (re)construção de paradigma conservador, que batalha por legitimidade num mundo que seria dominado por homens não Homens (e logicamente, por mulheres não Mulheres):

Figura 33 - Cavalheiros e damas.



Fonte: Facebook. <<https://www.facebook.com/blogoretrogrado/>>. Disponível em: 01 jul. 2018.

A definição “tradicional” de família, de sociedade e dos bons costumes tem larga crosta histórica: terreno de profundas opacidades e de lutas políticas que se desenrolaram ao longo de século XX no que diz respeito, no que aqui interessa, ao lugar do homem (NOLASCO, 2001). A radicalização das opiniões, em cenário de profundas instabilidades políticas faz ressurgir fórmulas do passado: em ambiente virtual pede-se volta da ditadura militar, prega-se ódio às formas de expressão da sexualidade que diferem do binômio heterossexual, acusa-se militância política de “mimimi”. Em certo sentido, o papel do homem macho dominador é basilar a esse discurso que repercute nas práticas discursivo-midiáticas em análise.

O dispositivo da tradição é mais amplo do que o dispositivo *no pain, no gain*, analisado anteriormente (cf. subitens 3.1 e 3.2), pois engloba forte código modular que produz o sujeito do qual a pesquisa inteiramente se ocupa. Realidade *disciplinar*, cujo olhar do soberano está assentado na figura da alteridade masculina: do olhar dos

outros homens dos quais se depende a aprovação. Para Ferreira (2016), a crise, inerente à produção capitalista, produz nova maneira como as sociedades experimentam o tempo e o espaço fazendo ruir a confiança em juízos científicos e morais até então plenamente estabelecidos. A insegurança e incerteza trazem à tona novas explicações aos fenômenos sociais e buscam conservar o estabelecido. O desejo de transformação irrompe com “nova roupagem”. Conforme o autor (2016), no Brasil, o quadro histórico tem demonstrado que o conservadorismo moral e político aparece como o novo, a mudança, a ruptura, o retorno.

O debate sobre a família e, conseqüentemente, as questões de gênero/sexualidade figura como o principal objeto de investimento e injunção do discurso conservador, que se vale de abstrações sobre o bem comum como, por exemplo, o estatuto do nascituro e projetos que instauram o orgulho heterossexual e criminalizam a “heteofobia” (FERREIRA, 2016, p. 168). A ofensiva conservadora, nesse quadro, relaciona-se, em certa medida, com os valores tradicionais da “boa e estruturada família”¹⁰⁷. Os assim denominados “valores tradicionais”, que se amparam no passado enquanto parâmetro para (re)construção do futuro, alinham-se a projetos econômicos e políticos de governabilidade. É o caso de inúmeras pautas acerca da questão do aborto, da redução da maioria penal e da agenda econômica das interferências do estado no mercado. É o caso, inclusive, da agenda de preservação do meio ambiente, materializada na incômoda questão do astrofísico e divulgador científico Carl Sagan (1997): “O que querem conservar os conservadores?”.

“Conservador” é um adjetivo demasiadamente amplo e, certamente, de difícil apreensão. A pesquisa se debruça, especificamente, em como esses discursos são capturados em dada estética de circulação que os revitaliza em *posts* de mídias digitais contemporâneas e campanhas publicitárias no que tange ao processo de constituição do verdadeiro sobre o homem. Se nas páginas das redes sociais, esse é um discurso sério, com caráter distintivo (é capaz de “separar o joio do trigo”, os não homens, dos Homens); no campo da publicidade, esses sistemas simbólicos

¹⁰⁷ “A família é um dos alicerces morais do conservadorismo e sua função é a manutenção da propriedade. A mulher exerce o papel de agente socializador responsável pela educação moral dos filhos; por isso, essa perspectiva é radicalmente contrária aos movimentos femininos, entendendo-os como elemento de desintegração familiar. A moral adquire, no conservadorismo, um sentido moralizador [...]. É assim que se apresentam sob diferentes enfoques e tendências, objetivando a restauração da ordem e da autoridade, do papel da família, dos valores morais e dos costumes tradicionais” (BARROCO *apud* FERREIRA, 2016, p. 168).

adquirem caráter irreverente. Essa irreverência é tematizada, por exemplo, em propaganda da marca *O Boticário*.

Em 2008, quando do lançamento do perfume masculino *Zaad*¹⁰⁸, a empresa desenvolveu, em parceria com a agência *02 Filmes*, um comercial no qual Marília Gabi Gabriela, famosa apresentadora de televisão, entrevista um rapaz anônimo. Apesar de só aparecer de costas para a câmera, a postura, a roupa e o penteado personificam o sucesso financeiro. Os discursos que o associam à virilidade o apresentam como um lugar vazio, que o espectador poderá vir a ocupar (tal é o efeito de sedução, característico do discurso publicitário):

Quadro 6 - Frames de comercial publicitário de *Zaad*, *O Boticário*.



Fonte: YouTube. Disponível em: Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=o4cN0bDGoRA> > Acesso em 10 jan. 2016.

¹⁰⁸ Segundo a Nádía Timm – revista eletrônica, “desenvolvido para homens sedutores que gostam de fragrâncias sofisticadas e marcantes, o *Zaad* – que significa a Semente dos Sonhos – foi desenvolvido pelo renomado perfumista Thierry Bessard, que imprimiu sofisticação e masculinidade às suas notas, criando uma fragrância rica, exclusiva e inovadora formada por matérias-primas de diversas partes do mundo”. Disponível em: < http://nadiatimm.com/Joomla/index.php?option=com_content&task=view&id=192 > . Acesso em 10 jun. 2016.

Na entrevista, a apresentadora introduz a biografia do homem com quem fala, mas, hesitante, perde-se em falas vazias e reiterantes:

Você começou nessa sua profissão muito cedo, muito jovem, né!?
Você é do interior e aí vem pra cidade grande pra, pra capital [...] porque você resolveu que... Você resolveu que... há... pra começar [...].(Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=o4cN0bDGoRA> > Acesso em 10 jan. 2016).¹⁰⁹

Linguisticamente, as marcas “né” e “há”, bem como as pausas e as repetições provocam quebra de expectativa do que seria uma entrevista profissional, de altíssimo controle dos enunciados orais, que costuma suprimir os elementos de informalidade. Embora o olhar sobre o homem não expresse estado de nervosismo a priori, o que se revela é a perda de controle emocional da experiente Marília Gabriela; revelada, na sequência das imagens do comercial, pelo perfume exalado de *Zaad* – que nem a entrevistadora, referência no Brasil, com todo o profissionalismo que lhe é atribuído, pôde resistir.

É o que divulga a campanha: “Deixe até mesmo as mulheres mais seguras, inseguras”, afinal, “Você pode ser o que você quiser” e, certamente (dadas as condições de existência enunciativa), o sujeito quererá ser aquele homem. *Status* que só se poderá obter caso se compre o perfume, materialidade significativa de sofisticação e de dinheiro (logo, de sucesso). Trata-se, assim, de uma liberdade construída no/pelo discurso: “seja quem você quiser”, a qual, no entanto, resvala em uma série de prerrogativas: seja quem você quiser, *desde que*: 1) seja heterossexual, 2) seja um conquistador, 3) domine a mulher pela insegurança que lhe é devida, 4) tenha o cheiro de perfume caro e prove, assim, que é bem-sucedido e, portanto, desejável - mais do desejável, irresistível. O homem viril é o homem bem-sucedido, o homem provedor. O homem trabalhador. O homem que a “mulher certa” prontamente identifica.

Segundo Pillon (2013), é na experiência do trabalho, nas ligações tecidas pelas comunidades operárias que a cultura masculina encontra lugar onde se afirmar e consolidar, ainda que, na última parte do século XX, tenham se modificado profundamente suas formas de representação. O corpo bruto do trabalhador braçal,

¹⁰⁹ Em função dos limites e propósitos desse trabalho, não se teve o cuidado de propor uma transcrição de fala oral metodologicamente apurada como se faria em Análise da Conversação, por exemplo.

que tudo conquista, perdeu sua função enquanto referência identitária. Se a demonstração viril não desaparece nos meios populares, ela tem cada vez menos apoio no campo do trabalho. A paulatina sedentarização e a concentração dos operários, para Pillon (2013), tem como resultado “educação dos corpos”, a educação dos usos do tempo em torno dos quais acabam por se ordenar os hábitos de vida das famílias operárias. Desse modo, “as referências às virtudes viris – a força, o poder produtivo, o engajamento violento – e as suas versões morais – a coragem, o estoicismo e o orgulho – estão em parte ligadas com esta preocupação com a disciplina” (PILLON, 2013, p. 372).

As “referências masculinas”, no decorrer do século XX, não suprimem a ordem simbólica de um mundo onde a coragem, a força e temeridade permanecem como atributos altamente valorizados. Há que se considerar, porém, que o enfraquecimento da iniciativa operária (relacionadas às críticas socialistas) para uma grande parte do pessoal das fábricas “taylorizadas” instala uma contestação insidiosa dos valores de virilidade, em especial pelo uso das capacidades agora restritas a uma execução enquadrada, desgastante, de movimentos breves e repetitivos (PILLON, 2013, p. 385).

No século XXI, a referência da virilidade do trabalhador, assim, não encontra correspondência na figura do operário a exemplo da “foto do encarregado de ferrovias” de 1932: conforme exemplifica Pillon (2013, p. 371), rosto de perfil, músculos tensos, manchas de camisa realçadas e peito estufado, inabalável segurança de quem vigia seu forno. Em sua análise do capitalismo industrial em “tempos líquidos”, assim define Bauman (2001) o trabalhar capaz de “sobreviver” num mundo onde “tudo que é sólido desmancha no ar”:

Em torno do outro pólo da divisão social, no topo da pirâmide de poder do capitalismo leve, circulam aqueles para os quais o espaço tem pouca ou nenhuma importância [...]. São tão leves e voláteis quanto a nova economia capitalista que gerou e dotou de poder. Na descrição de Jacques Attali: ‘Não possuem fábricas, terras, nem ocupam posições administrativas. Sua riqueza vem de um recurso portátil: seu conhecimento das leis do labirinto’. Eles ‘adoram criar, jogar e estar em movimento’. Vivem numa sociedade ‘de valores voláteis, despreocupada com o futuro, egoísta e hedonista’. ‘Tomam a novidade como boas novas e a precariedade como valor, a instabilidade como imperativo, e a hibridez como riqueza.’. Ainda que em graus variados, todos dominam a arte de ‘viver no labirinto’: aceitação da desorientação, disposição a viver fora do espaço e do

tempo, com vertigens e tonturas, sem indicação da direção ou duração da viagem em que embarcam (BAUMAN, 2001, p. 176).

Prover é, pois, atividade masculina. É mostra de virilidade, uma vez que, historicamente, ser viril é ser bem-sucedido: seja com uma armadura ou com um terno. Desse modo, sustentar a família e estilo de vida abastado é efeito de sucesso proporcionado pelo poder aquisitivo, o qual um homem de verdade deve ostentar. A campanha publicitária do perfume *Zaad*, do Boticário, associa-se a essa rede simbólica, na medida em que, na peça com pretensão ao humor, desestabilizam-se as mulheres devolvendo o homem ao seu “verdadeiro” lugar. As prerrogativas que sustentam um discurso altamente excludente como esse serão examinadas com mais atenção no capítulo 5.

4.3 DOS REGIMES DE EXCLUSÃO: O IMPRESTÁVEL

Conforme Machado (2015), a grande importância estratégica que as relações de poder disciplinar desempenham nas sociedades modernas desde o século XIX é o fato de que o indivíduo, em Foucault, é produto do poder e do saber. O nascimento do hospício, por exemplo, não destruiu a especificidade da loucura, porque é justamente o hospício que produz o louco como doente mental. “Em suma: o poder disciplinar não destrói o indivíduo; ao contrário, o fabrica. O indivíduo não é o outro do poder, realidade exterior, por ele anulado; é um de seus mais importantes efeitos” (MACHADO, 2015, p. 25).

A existência de um tipo de poder que instaura dissimetria exercendo-se o mais anonimamente possível é uma das diferenças da sociedade contemporânea das que as precederam. O adestramento do corpo, a regulamentação do comportamento, o aprendizado do gesto, a normalização do prazer tem como objetivo separar, comparar, hierarquizar, distribuir, avaliar – tudo isso faz essa figura singular, individualizada – o homem – produção do poder e objeto de saber (MACHADO, 2015, p. 25-26).

Os enunciados analisados ao longo do trabalho investem no espaço que o homem ocupa e pode ocupar. Essa noção de territorialidade, em sentido discursivo, determina as normas pelas quais os sujeitos devem vir a se identificar. Tal reconhecimento implica a exclusão do outro como parâmetro de caráter distintivo e

exclusivo. Por um lado, há estatutos morais sobre a conduta masculina em tempos de guerra, por outro, técnicas e tecnologias de controle e adestramento – seja com a medicalização “fortificante” do *Biotônico* ou com o recurso estético do perfume.

A assunção de determinados regimes de normalização e de exclusão do homem fraco (incapaz de sustentar a si e aos seus) - conforme a propaganda de 1930 (figura 23), “desanimado” e “imprestável” -, na contemporaneidade, adquire, sob certas circunstâncias, posto de característica gradual. De certo modo, a virilidade, ao invés de se estabelecer pares opositivos (no que concerne à comparação do homem desvirilizado e um ideal de viril absoluto), apresenta uma escalada. Regida sob funcionamento do dispositivo da tradição e da prática discurso-midiática do sustento, a masculinidade é, afinal, uma conquista árdua.¹¹⁰

É possível ao homem testar-se para determinar o nível de “homenidade”. Na campanha de 2014, que marca a chegada dos produtos *Old Spice* ao Brasil¹¹¹, uma das estratégias publicitárias da *P&G* foi levar, ao âmbito digital, espécie de brincadeira no qual as pessoas podem criar “RG de Homem”. Para fazê-lo, devem-se responder às seguintes perguntas:

- 1) Você sabe o que é uma chave Phillips?
- 2) Você já fez o carro pegar no tranco?
- 3) Você conhece mais de cinco cores?
- 4) Você conhece a regra de impedimento?
- 5) Você teria um leão como animal de estimação?

Não é possível “errar” as questões de sim ou não, já que, se você “erra”, recebe mensagens como “Tente puxar pela memória”, “Ops! O verdadeiro homem deve saber a resposta!” e “Que foi, tá com medinho?”. De acordo com o teste, o “homem Homem” é aquele que sabe usar ferramentas (1), entende de mecânica de veículos (2), conhece/gosta de futebol (4), não se atém a detalhes (femininos?) como cores (3) e, como item absurdo, é capaz de dominar um leão (5) – “o rei da floresta” – que empresta as características de ferocidade e realeza ao dono. Saber o que é uma chave Phillips, bem como ter a capacidade de fazer um carro funcionar é imperativo

¹¹⁰ Trata-se de uma ambivalência do discurso em relação aos regimes de exclusão do homem gordo, no qual o contraste é força motriz para evidenciar desajuste do sujeito, na falta (do músculo) e no excesso (da gordura).

¹¹¹ A peça “O Chamado”, da *Old Spice* (2014), é analisada no item “Apresentação” e no subitem 5.2. O ANEXO I, além disso, consiste de uma sequência dos frames que compõem as cenas do comercial.

para determinar, em brincadeira, existência jurídica. Trata-se de um discurso absurdo e bem-humorado, o qual adquire valor moralizante nas páginas de *Facebook* que compõe o quadro em análise (ANEXO III).

Já a empresa *O Boticário*, em 2016, para divulgação da nova linha de produtos *Men Only*, lançou campanha publicitária ¹¹² tendo como mote a *hashtag* #SeCuidaAí e o slogan “Para o você que existe no Ogro”. Ao final do filme de trinta segundos, uma multidão de homens portando sabonetes, cremes hidratantes e desodorantes solta o grito de guerra em voz grave, quase gutural: “A gente se cuida, mas não fala pra ninguém, ainda bem que tem *Boticário Men*”. Os segredos de beleza e bem-estar são contados em segredo. Buscar o sujeito entranhado no “ogro” é o desafio que *O Boticário* assume.

No site dedicado à campanha, há também um teste para determinar seu nível de “ogrice”. É possível escolher fazer um teste para si mesmo ou para um amigo. Uma brincadeira com hábito cultural de atribuir dúvida (ou situação) constrangedora a terceiros. A dureza e a monstruosidade revelam-se desde a mais tenra infância, segundo efeito de derrisão propiciado pela quinta pergunta do *quiz*:

5) Todo ogro já foi um ogrinho. Quando ficou claro que você seria osso duro de roer quando adulto?

- a) Sua primeira palavra foi Rambo.
- b) Seu animal de estimação se chamava Destruidor, um adorável robô gigante.
- c) A papinha que sua mãe dava era de molho *barbecue* com pimenta mexicana.
- d) Seu chocalho era cheio de pregos, e seu berço feito de rochas.

A referência à personagem Rambo e ao ator que o interpreta aparece como regularidade na coleta do *corpus* da pesquisa. Enquanto efeito de memória, a opção “C” sobre a criação de um verdadeiro homem alude aos hábitos das mães romanas de banharem seus filhos em vinho, não em água, para que absorvessem o vigor (cf. o item “apresentação”). A *funcionalidade* do macho, contudo, sobressai na primeira pergunta:

1) O motor do carro estragou no meio da avenida mais movimentada da cidade. O que você faz?

¹¹² No subitem 5.2, há uma análise do principal comercial fílmico da campanha.

- a) Pega uma carona na porta de um caminhão numa rodovia movimentada.
- b) Empurra no braço pelo acostamento até chegar ajuda.
- c) Arranca o motor e leva ele nas costas até a oficina mais próxima.
- d) Pega a caixa de ferramentas e resolve esse perrengue em menos de 15 minutos.

As alternativas sugerem que o homem saiba como resolver as adversidades que se lhe apresentam. O homem de verdade é prestativo e funcional. É forte o bastante para arrancar o motor de um carro ou empurrar o veículo pelo acostamento até quando for necessário. E se não for o caso, o mínimo que se espera é que ele se coloque em situação de perigo, o que é representado pelo absurdo jocoso: pegar carona na porta de um caminhão numa rodovia movimentada.

Em situações cotidianas, a prova viril da prontidão (a qual exclui os homens “imprestáveis”) repercute em maiores índices de mortalidade da população masculina. Um levantamento feito pelo Departamento Estadual de Trânsito do Acre (Detran-AC) apontou que homens entre 30 a 59 anos se envolvem mais em acidentes, seja com ou sem vítimas. O estudo foi realizado no período de janeiro a junho de 2013, em Rio Branco-AC. Os dados informam ainda que as mulheres são somente 20% desta parcela. Segundo reportagem do portal de notícias G1, o entrevistado reforça: “É tipo assim, com os homens têm essa rivalidade. A gente não pode ver um carro que já quer disputar um racha e por aí vai¹¹³”. A menor longevidade masculina é tema de reportagem da BBC News, que compara progressão contínua do aumento geral da expectativa de vida das mulheres: “Tomemos o exemplo da Suécia: em 1800, a expectativa de vida no nascimento era de 33 anos para as mulheres e 31 anos para os homens; hoje, esses valores são 83,5 anos para elas e 79,5 anos para eles. Nos dois casos, as mulheres vivem cerca de 5% mais tempo que os homens”.

No Brasil, os dados da *Tábua de Mortalidade* atestam que enquanto a expectativa de vida dos homens, em 2016, era de 72,9 anos, a das mulheres atingiu 79,4 anos. “Esse comportamento nacional se repetiu em todos os estados, sendo que a maior diferença foi registrada em Alagoas, onde as mulheres vivem, em média, mais

¹¹³ Para mais informações, ver: 1) < <http://g1.globo.com/ac/acre/noticia/2013/08/homens-se-envolvem-mais-em-acidentes-aponta-pesquisa-do-detran.html>>; 2) < http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/10/151005_vert_fut_longevidade_sexos_ml> e 3) <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2017-12/expectativa-de-vida-do-brasileiro-e-de-758-anos-diz-ibge>>. Acesso em: 30 out. 2018.

9,5 anos do que os homens; em seguida, vem a Bahia (9,2 anos) e Sergipe (8,4 anos)”, conforme dados do IBGE. Nos estados de Santa Catarina, Espírito Santo, Distrito Federal, São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná e Minas Gerais, a expectativa de vida das mulheres ultrapassou os 80 anos. Enquanto nos estados do Maranhão, Alagoas e Piauí a expectativa de vida masculina foi de 66,9 anos, valor bem inferior à média nacional. Reportagem de Agência Brasil esclarece que “a diferença nas expectativas de vida entre homens e mulheres reflete os altos níveis de mortalidade, principalmente de jovens, por causas violentas, que incidem diretamente na esperança de vida ao nascer da população masculina”.

A prova viril implica na assunção dos perigos da vida cotidiana (como os perigos decorrentes da guerra). Discursos que circulam em ambiente virtual enobrecem os aspectos *proteger* e *prover*, que constituem, conforme uma leitura possível, prática discurso-midiática implicada na exclusão do homem não Homem. O poder, como estabelece Foucault, assim como o saber, produz os sujeitos. *Fazer viver* a virilidade implica em *deixar morrer* – enquanto mecanismo biopolítico – condutas de preservação da própria vida: nada mais feminino do que o cuidado e o medo.

Por sua vez, a vaidade ocupa um perigoso papel no que diz respeito à masculinidade por ser uma agente de “desvirilização” do homem. Empenhados em vender produtos a esse filão de mercado, as modalizações de trabalho com a linguagem investem na rudeza do falar, do andar e do porta-se. Materializa-se, em usos da língua, a brutalidade da criatura monstruosa do folclore europeu que, de acordo com as lendas, devorava seres humanos. Ou quase isso: “Ogro? Nem tanto!” (O BOTICÁRIO, 2016).

Figura 34 – Indicação de vídeos da linha *Boticário Men*.



Fonte: Site *O Boticário*. Disponível em: < <http://www.boticario.com.br/men>>. Acesso em 01 jul. 2018.

Na figura 34, o advérbio de lugar “aí” cria o efeito de uma fala sem paciência, característica do estereótipo que a empresa *O Boticário* (2016) endossa e, ao mesmo tempo, contrapõe. Assistir o vídeo não fará o homem mais feminino, já que o cuidar-se não implica na feminilidade. Conforme a locução adverbial de modo do segundo *hiperlink*: a conversa é “na boa”; é apenas um “papo reto dos caras contando sobre a parceria na hora de se cuidar”. Garante-se, assim, aos consumidores ogros¹¹⁴ preservação do título, na medida em que mantém os mesmos sistemas de exclusão de todo aquele que é homem e não se identifica com um monstro nos hábitos, no modo de falar e nos valores. O monstro, afinal, é poderoso, destrutivo e útil (ao contrário do rato da academia *Monster*). Escavar o “você” que existe envolto nessa crosta é o papel da marca de cosméticos.

Em resumo: o homem deve proteger os seus e prover financeiramente a família. Propagandas de produtos de beleza brincam com esses sistemas de identificação da masculinidade ao passo que, em páginas identificadas com o marcador *causa*, o dispositivo da tradição rege condutas em prol da reconstrução do passado que se perdeu. A *conduta guerreira*, a força, a obrigação moral, o saber como resolver os problemas da casa (com uso de ferramentas) constituem sistema absolutamente complexo de referências à constituição do ogro, do macho, do “Sujeito de Valor” (*Facebook*, 2018 - ANEXO III), em oposição à massa desvirilizada de “hoje em dia”. Como o estado viril é uma caminhada, a *Old Spice* e *O Boticário* permitiram que o sujeito faça um teste para saber que andar ele está – e quais produtos deverá passar a usar (em segredo ou não) para chegar aos próximos níveis. O objetivo final é conquistar mulheres: a última grande prova viril. A prática discurso-midiática do cortejo reúne todo projeto em uma obra bem-acabada: o homem matador/pegador.

¹¹⁴ “A palavra ogro vem do latim *orcus* que significa inferno. No inglês e no francês a grafia é *ogre*. Em muitas ocasiões ogro é sinônimo de *Orc*, que é igualmente uma figura mitológica. A palavra francesa ogre terá sido inicialmente utilizada por Charles Perrault, escritor francês de contos infantis. A primeira referência a esta palavra é encontrada no seu livro “História ou contos do tempo passado”, datado de 1697. Charles Perrault é autor de famosos contos populares, dentre eles ‘O pequeno polegar’, onde faz referência a um ogro que atormenta as crianças”. Disponível em: < <https://www.significados.com.br/ogro/>>. Acesso em 01 jul. 2018.

5 PRÁTICA DISCURSIVO-MIDIÁTICA DO CORTEJO

*A gente se cuida, mas não conta pra ninguém.
Ainda bem que tem Boticário Men.*¹¹⁵

No capítulo anterior, discutimos como o homem com agá maiúsculo manifesta a força expressando-a na conquista do sustento do lar e na imposição de sua vontade. A guerra é o campo simbólico – e discursivo – no qual o dispositivo da tradição se ampara: atividade de reconstrução e projeção de passado ideal no presente, demasiado afetado por vozes desviantes que, conforme prática analítica, promoveriam a “desvirilização” dos meninos (subitem 5.3). Há radicalização nas redes sociais (ANEXO III), a qual instaura a premência do único par aceitável na delimitação dos gêneros: a mulher e o homem heterossexual. As propagandas publicitárias, por sua vez, dirigem-se a público consumidor de “ogros modernos” na medida em que devem se resguardar de possíveis identificações homofóbicas (e das represarias legais que podem vir a suscitar).

No presente capítulo, tratamos de alguns aspectos do substrato histórico na constituição de dispositivo da sexualidade a partir da leitura das obras da Antiguidade Clássica em Foucault (1985; 1988). O propósito é relacioná-los com as atribuições do homem no processo de construção do verdadeiro, implicado em atividade ética. O *matador* e *pegador*, nomes das linhas de desodorante *Old Spice* (2014), são problematizados no que diz respeito a dada estética do cuidado de si. Vender produtos de beleza para homens acarreta, assim, atribuir uma finalidade ao seu uso, qual seja conquistar mulheres – uma em especial, ou muitas para saciar apetite sexual animalesco.

O projeto bem-acabado de um homem Homem se concretiza na heterossexualidade livre de marcas de feminilidade e na exclusão da homossexualidade (como se inexistente): regime de exclusão do efeminado, que instala norma de controle e vigília das posturas, gestos e condutas dos rapazes. Como despertar o lado mais masculino presente em cada homem? – o S. Lobo (personagem da *Old Spice*) responde tanto à pergunta feita para si (funcionamento da confissão) quanto para o amigo confuso (funcionamento da confissão em tom jocoso). Nesse último momento analítico, objetivamos investigar como o sexo/sexualidade são

¹¹⁵ Slogan da campanha da linha Boticário Men (2016).

definidores da masculinidade no que diz respeito às práticas que sustentam discurso sobre o homem que se cuida, mas não fala pra ninguém.

5.1 O MATADOR E O PEGADOR

O terceiro eixo da ontologia foucaultiana¹¹⁶ culmina nos últimos anos da década de setenta. A intenção do filósofo era centrar seus estudos no século XIX, já que queria descobrir por que motivo se passou, cada vez mais, a utilizar a palavra *sexualidade*, bem como cresceu problematizações em torno do sexo, numa estreita conjunção entre saberes médicos, jurídicos, sociológicos, biológicos, etc. O interesse de Foucault se ampliou e se deslocou para estudo do que denominou “ponto de partida ou substrato histórico” da questão moderna da sexualidade na Antiguidade greco-romana (VEIGA-NETO, 2014, p. 79-80). Conforme Veiga-Neto (2014), para Foucault, não importa estudar comportamentos, condutas e as práticas sexuais em si, nem como eles foram e são representados pela Sociologia, Biologia, Teologia, etc. A sexualidade interessa porque funciona como um grande sistema de coerções, no qual somos levados a falar sobre nós mesmos sob fortes proibições, uma vez que as obrigações sexuais, ao contrário de outras formas de interdição, estão continuamente relacionadas à obrigação de dizer a verdade sobre si.

Já na introdução de “A História da Sexualidade I”, Foucault (1988) alerta para o fato de que, no início do século XVII, vigorava certa franqueza sobre sexo/sexualidade. As palavras eram ditas sem reticência excessiva e os códigos de grosseria, obscenidade e decência eram frouxos se comparados aos do século XIX. No entanto, um rápido crepúsculo marca a emergência da burguesia vitoriana no século XVIII. A sexualidade é cuidadosamente encerrada. Muda-se para dentro de casa, confiscada pela família conjugal. O casal legítimo e procriador dita a lei, faz

¹¹⁶ Enquanto Veiga-Neto (2014) classifica a obra foucaultiana em três momentos, quais sejam, “ser-saber”, “ser-poder” e “ser-consigo”; Castro (2014) a divide em: 1) *Formação de saberes* (como a história natural e a gramática, no qual existem matrizes de conhecimento possíveis, podem ser considerados como as formas regulares do jogo do verdadeiro e do falso); 2) *Técnicas e procedimentos por meio dos quais se busca conduzir a conduta dos outros* (as matrizes de comportamento já não são consideradas como táticas de normalização, mas como formas de exercício do poder governamental) e 3) *Cuidados de si* (constituição de modos de ser do sujeito por meio das diferentes práticas para relacionar-se consigo mesmo). Certamente, essas “etapas” não são blocos estanques, mas representam o desenvolvimento das investigações do autor segundo critérios cronológicos e temáticos.

reinar a norma, detém a verdade, guarda o direito de falar, reservando-se o princípio do segredo. Nesse espaço social, o único lugar em que a sexualidade foi reconhecida é o quarto dos pais: “ao que sobra só resta encobrir-se; o decoro das atitudes esconde os corpos, a decência das palavras limpa os discursos. E se o estéril insiste, e se mostra demasiadamente, vira anormal: receberá este *status* e deverá pagar com sanções” (FOUCAULT, 1988, p. 10).

Forçada a algumas concessões, a lógica burguesa estabelece lugares de tolerância, como os prostíbulos e casas de saúde, onde afloram as sexualidades ilegítimas. Assim, palavras e gestos autorizados à surdina se trocam a preço alto. Fora desses lugares, o puritanismo moderno impôs seu tríplice decreto: *interdição*, *inexistência* e *mutismo*. São pudores tais que repercutem historicamente em práticas contemporâneas, conforme conclusão do autor que assim nomeia o capítulo: “Nós, os vitorianos” (FOUCAULT, 1988). Saberes clínicos interpretaram os forçosos códigos como forma repreensão, em especial, a teoria psicanalista de Freud. Foucault (1988) se contrapõe a tal perspectiva na medida em que a hipocrisia involucrada à sexualidade faz falar prolixamente (sobre) o próprio silêncio. As interdições do sexo, amparadas em economia geral dos discursos no seio das sociedades modernas do século XVIII, acentuam-se em formas ardilosas do exercício do poder. Essa “etapa” do pensamento filosófico de Michel Foucault (1988) parte dos seguintes questionamentos:

Por que se falou da sexualidade, e o que se disse? Quais os efeitos de poder induzidos pelo que se dizia? Quais as relações entre esses discursos, esses efeitos de poder e os prazeres nos quais se investiam? Que saber se formava a partir daí? Em suma, trata-se de determinar, em seu funcionamento e em suas razões de ser, o regime de poder-saber-prazer que sustenta, entre nós, o discurso sobre a sexualidade humana (FOUCAULT, 1988, p. 16).

Pradeau (2004) descreve a *História da Sexualidade*, em especial os dois últimos volumes, como uma “arqueologia das problematizações” (ou seja, dos modos como o ser humano reflete sobre o que ele é e o que faz) e uma “genealogia das práticas” (ou seja, como os homens fixam regras de condutas e transformam a si mesmos). Segundo Veiga-Neto (2014), a partir de textos prescritivos produzidos na antiguidade, Foucault discorre sobre os jogos de verdade através dos quais o ser humano se reconheceu como homem de desejo, o que conduz, inexoravelmente, a

uma série de interrogações como, por exemplo, “por que, numa sociedade como a nossa, o comportamento sexual se constitui numa questão moral?”.

No âmago do interesse filosófico, o objetivo maior é “definir as condições nas quais o ser humano problematiza o que ele é, e o mundo no qual ele vive”: eis uma tarefa “ética”. “Ética”, em perspectiva foucaultiana, preceitua o que é correto fazer e pensar de acordo com atribuição de valores (positivos ou negativos) a diferentes condutas. Esse conceito idiossincrático desloca a noção clássica de ética como “estudo dos juízos morais referentes à conduta humana” (quer em termos sociais absolutos) *para* ética enquanto o modo “como o indivíduo se constitui a si mesmo como um sujeito moral de suas próprias ações”, em outras palavras, a ética como a relação de si para consigo (VEIGA-NETO, 2014, p. 80-81).

Ao tratar dos jogos de verdade, Foucault remete às relações entre o falso e o verdadeiro que balizam o entendimento que cada um tem do mundo e de si mesmo. Veiga-Neto (2014) adverte que o que se propõe é estudar as práticas para, olhando-as de fora, descobrir os regimes que as constituem e são por elas constituídos. Esse é o terceiro vértice do triângulo acerca da produção da subjetividade¹¹⁷. O sujeito é subjetivado pelos saberes (cf. capítulos 1 e 3), pelos poderes (cf. capítulo 4) e por uma dada ética de si operando simultaneamente. A partir da máxima délfica “conheça-te a ti mesmo” e do ascético greco-romano “cuida de ti mesmo”, Foucault trata das técnicas antigas que se estabelecem entre discípulo e mestre, como também aquelas em que cada um se relaciona consigo mesmo (VEIGA-NETO, 2014, p. 83):

No processo pelo qual nos transformamos de indivíduo em sujeito moral moderno – ou seja, no processo pelo qual cada um aprende e passa a ver a si próprio -, sempre estão atuando também as práticas divisórias que, por sua vez, são elementos constituintes de outro eixo: o do “ser-poder”. E, combinadas com estas, estão também determinadas disposições de saberes, que se engendram para instituir o sujeito como um objeto de que se ocupam as ciências modernas. Vê-se, assim, que é nesse terceiro domínio que Foucault amarra coerentemente a subjetivação que deu, como resultado, isso a que denominamos sujeito moderno. (VEIGA-NETO, 2014, p. 82).

¹¹⁷ Para Castro (2014, p. 140), a relação entre práticas de subjetivação e jogos de verdade, que atravessa de um extremo ao outro a história da subjetividade ocidental, admite, contudo, diferentes modulações: na Modernidade se trata da normalização, no Cristianismo da purificação de si mesmo pela obediência e, para definir a forma que toma na Antiguidade, Foucault se serve da expressão “estética da existência”.

Conforme Pradeau (2004), Foucault submete sua história da sexualidade, compreendida como experiência subjetiva, a três eixos de pesquisa: o *exame dos saberes*, o *exame dos sistemas de poder que regulam sua prática* e, por fim, o *exame das formas nas quais os indivíduos podem e devem se reconhecer como sujeitos da sexualidade*. Dessa forma, o autor evoca uma “genealogia das práticas em si”, que examina o trabalho ético que alguém efetua para tentar transformar a si em sujeito moral da própria conduta. Entre os gregos, cuidar de si era pré-requisito para bem governar a *polis*, a cidade¹¹⁸. Já o trabalho ético implicado em práticas sexuais, “deriva de uma cultura de si, de um conjunto de práticas refletidas e problematizadas que presidem o trabalho de formalização, que tem como resultado a *constituição de si como sujeito ético*. Esse trabalho de informação é o processo ético do que Foucault chama de ‘subjetivação’” (PRADEAU, 2004, p. 133).

Se o discurso e o sentido são constituídos pela exterioridade, os sujeitos também o são. Para analisar o que se designa como “sujeito” (e o processo de tornar-se sujeito), Foucault (1988) empenha-se no estudo dos “jogos de verdade”, que se manifestam na relação si para consigo. Isso conduz à compreensão do que é moral, ou seja, da submissão (ou não) dos indivíduos a determinadas regras e valores impostos, os quais instauram princípios de conduta. A *determinação da substância ética* é, assim, da esfera do desejo; os *modos de sujeição*, por sua vez, estabelecem a maneira como o indivíduo se relaciona com a obrigação de pôr em prática determinada regra; por fim, a *elaboração do trabalho ético* efetua-se sobre si, como, por exemplo, a austeridade sexual praticada por longo período com árduo trabalho de aprendizagem, aniquilação de um conjunto de preceitos e um controle regular de condutas.

Não obstante, o regime geral da existência do corpo e da alma torna-se uma das formas capitais do “cuidado de si”¹¹⁹. Em “O uso dos prazeres” e “O cuidado de

¹¹⁸ “Na Antiguidade Clássica, o cuidado de si não se opõe ao cuidado dos outros: ele implica, inversamente, relações complexas para com os outros, porque é importante, para o homem livre, incluir em sua ‘boa conduta’ uma maneira adequada de governar sua esposa, seus filhos e sua casa. O *ethos* do cuidado de si é, portanto, igualmente uma arte de governar os outros, e, por isso, é crucial saber tomar conta de si para poder governar a cidade” (REVEL, 2011, p. 139).

¹¹⁹ O tema do cuidado de si aparece na pesquisa de Foucault na década de oitenta como um desdobramento da ideia de governamentalidade. A expressão “cuidado de si”, que se encontra em *Primeiro Alcebiades*, de Platão, indica um conjunto das experiências e das técnicas que elaboram o sujeito e o ajudam a “transformar-se em si mesmo”. Não entanto, “no período helenístico e romano, no qual se concentra rapidamente o interesse de Foucault, o

si”, Foucault encontra elaboração de uma “estética de existência” pela qual o indivíduo se molda como sujeito moral em três campos: a *economia doméstica e conjugal*, a *dietética médica*, e a *erótica filosófica*. Em cada um desses campos, textos ensinam “técnicas de si”¹²⁰ - exercícios que prescrevem práticas e condutas capazes de permitir ao indivíduo fazer de sua vida uma obra-prima. Nesse sentido,

o prazer sexual, que é a ‘substancia ética’ sobre a qual se exerce a transformação de si por si, a subjetivação, é o objeto de um domínio, de uma austeridade que impõe ao indivíduo uma abstinência e numerosas condições restritivas (frequência e natureza das relações, idade e estatuto dos parceiros). Mas essa austeridade não é prescrita ao indivíduo de maneira universal e uniforme: ‘Os gregos não procuravam definir um código de condutas obrigatórias para todos, assim como não tentaram organizar o comportamento sexual como campo derivado em todos os seus aspectos de um único e mesmo conjunto de princípios’. Em cada um dos campos onde a sexualidade se encontrava problematizada, o indivíduo podia encontrar exigências e regras de condutas diferentes (PRADEAU, 2004, p. 135).

Se, em um primeiro momento, a sexualidade representou apenas um dos campos da aplicação dos biopoderes por meio de discursos e práticas da medicina social (cf. subitem 4.1), em um segundo momento, Foucault compreendeu que as relações com o dizer verdadeiro “em nenhum outro campo são mais evidentes do que no campo da sexualidade, pois pertencemos a uma civilização na qual se exige dos homens dizer a verdade a respeito de sua sexualidade para poder dizer a verdade sobre si mesmos” (REVEL, 2011, p.136). Assim, o projeto de uma história da sexualidade torna-se uma interrogação sobre a maneira como as práticas e os discursos da ciência, da religião, da moral, da política ou da economia contribuíram para fazer dela tanto um instrumento de subjetivação quanto uma aposta de poder

cuidado de si inclui a máxima délfica do *gnôthi seautón*, mas ele não se reduz a isso: a *epimeleia heautou* corresponde mais a um ideal ético (fazer de sua vida uma objeto de *tekhnê*, uma obra de arte) do que a um projeto de conhecimento em sentido estrito” (REVEL, 2011, p. 139).

¹²⁰ Foucault, a todo momento, retorna e revista os próprios conceitos. Em conferência posterior à publicação da História da Sexualidade – I, denominada “Verdade e Subjetividade”, o filósofo assim resume as tecnologias do eu: “Ao analisar a experiência da sexualidade e a história da experiência da sexualidade, fiquei cada vez mais consciente de que, em todas as sociedades, existem outros tipos de técnicas, técnicas que permitem aos indivíduos efetuarem um certo número de operações sobre os corpos, sobre as suas almas, sobre o seu próprio pensamento, sobre a sua própria conduta, e isso de tal maneira a transformarem-se a elas próprios, a modificarem-se, ou a agirem num certo estado de perfeição, de felicidade, de pureza, de poder sobre a natureza e assim por diante. Chamemos a estes tipos de técnicas as técnicas ou tecnologias do eu” (FOUCAULT, 1993, p. 207).

(REVEL, 2011), de tal modo que “a sexualidade tomou forma na rede de relações surgidas da incitação a falar, da conseqüente intensificação dos prazeres, das formas de conhecimento que suscitam e dos controles que se estabelecem a respeito” (CASTRO, 2014, p. 101).

É a partir desse último ponto que Foucault se dedica à análise dos *hupomnêmata* e, de modo mais amplo, da escrita privativa entre a Antiguidade Clássica e os primeiros séculos da era cristã: trata-se de compreender as modalidades de exercício contínuo de um procedimento de escrita *de si e para si*, ou seja, um procedimento de subjetivação. Enquanto que os *hupomnêmata* gregos buscavam constituir a si mesmos como sujeitos de ação racional; no caso da anotação monástica e das experiências espirituais, busca-se encontrar no cerne da alma movimentos ocultos para deles se libertar (REVEL, 2011, p. 145).

Para Castro (2014, p. 100), as interrogações acerca da sexualidade suscitadas desde o primeiro volume da *História da Sexualidade - A vontade de saber* põem em jogo não uma resposta à pergunta se somos ou não reprimidos sexualmente, mas por que dizemos com tanta ênfase que o somos. Foucault retoma a proliferação de discursos em torno do sexo na pastoral cristã católica e reformada, sobretudo pela prática da confissão, a partir do século XVII. Ao longo do século XIX, o sexo inscreve-se no campo de saber de uma fisiologia da reprodução e de uma medicina da sexualidade. A primeira se limita aos cânones da normatividade, ao passo que a segunda responde à configuração mais heterogênea. Com a finalidade de explicá-la, Foucault opõe dois procedimentos para produzir a verdade sobre o sexo: a *ars erótica* e a *scientia sexualis*, que funciona a partir do “dispositivo confessional”.

O interesse de Foucault na confissão, para Castro (2014), vai além de explicar a lacuna entre a fisiologia da reprodução e a medicina da sexualidade já que tal prática foi e continua sendo a matriz geral que rege a produção do verdadeiro sobre o sexo: o homem no ocidente, para o filósofo, converteu-se em “animal que confessa”. No âmbito da Reforma e da Contrarreforma, no século XVI, para citar um exemplo, os manuais e práticas de confissão e da “direção da consciência” desqualificaram o corpo e culpabilizaram a carne pelo desejo libidinoso (cf. subitem 3.3). Nesses manuais, vê-se a necessidade de rastrear, exaustivamente, a gênese do desejo sexual, “estabelecer como este havia assaltado o pensamento, determinar os movimentos da vontade que haviam acompanhado essas sensações e esses pensamentos”

(CASTRO, 2014, p. 102). Em suma, uma “economia positiva do corpo e do prazer” centrada na sexualidade, cujas formas e operações incitam o exercício do dizer verdadeiro sobre si.

A publicidade ocupa-se de tal assunto. Explora-o à exaustão. O dizer verdadeiro de/sobre si é imperativo da formação do sujeito contemporâneo. Fischer (1999) minucia a questão:

Qual o modo de existência desse voltar-se para si mesmo hoje? De que modo se dá a produção e a veiculação de textos e documentos [...] que se ocupam de um eu obrigatoriamente sempre atento a si mesmo, sempre pronto a procurar conhecer-se cada vez mais, a buscar qualquer tipo de explicação para seus sonhos e desejos, conformar seus atos a um modelo de vida harmônico e “espiritualmente correto”? Que efeitos de verdade têm os discursos que delineiam para as pessoas um ideal de corpo, de beleza e de comportamento? [...] (FISCHER, 1999, p. 40).

Na contemporaneidade, para a autora (1999), há permanente injunção de aperfeiçoamento de si, que atinge toda a vida do indivíduo, pautando-lhe o modo correto de dormir, de comer, de fazer amizades, de procriar, etc. Sob dada perspectiva, os testes de masculinidade analisados no item 4.3 são exemplos de práticas confessionais do século XXI. Testar-se, pôr em evidência o eu, ao passo que se constrói o homem do desejo é, assim, uma contradição. Por um lado, espera-se do indivíduo respostas a seus anseios; por outro, o anúncio publicitário estabelece o que esse desejo deve vir a ser.

Conforme a pesquisa foucaultiana, a trama de enunciados se projeta sobre a cultura na forma de acúmulos, regidos por dados dispositivos que estabelecem as formas de veridicção, no embate dos jogos da verdade. Tematiza-se o dizer verdadeiro sobre o homem com agá maiúsculo, que busca dicas, sugestões e conselhos de como sê-lo. É o caso do afã da chegada da *Old Spice* no Brasil, em 2014, quando foi lançado o material videográfico, parte da campanha, em que os fãs poderiam interagir com o Lobo, personagem fictício da marca. O primeiro dos vídeos se inicia com um retrato de uma mulher em trajes de banho ao som de uma música latina sensual. Um lobo com olhar ameaçador interrompe a cena de leve erotismo: “Tenho sua atenção agora?” — imediatamente completa — “Tô aqui para despertar seu lado selvagem. Me encontra no *Twitter*”.

Quadro 7 - Frames de “S. Lobo responde tudo sobre conquista no Twitter”



Fonte: Old Spice. Disponível em: <<https://www.oldspice.com.br/pt-br/content/lobo-responde-tudo-sobre-conquista-no-twitter>>. Acesso em 05 ago. 2018.

É o tipo de “brincadeira” que fez com que a *Old Spice* alcançasse impressionante aumento de vendas nos Estados Unidos e fosse lançada no Brasil. A memória dos contos de fadas coloca em cena não o lenhador, que salva Chapeuzinho Vermelho do Lobo Mau, mas justamente o lobo, mestre da conquista e da enganação, o vilão da história. Ele é quem tem o direito de dizer como o homem deve despertar seu “lado selvagem”, ser um dos escolhidos (conforme o comercial “O Chamado”) a quem se destina o desodorante spray, o qual aparece ao final do filme publicitário.

A estratégia jocosa repercutiu nas redes sociais, em especial no *Facebook*, onde vários “usuários” lançaram perguntas à personagem. O jogo insólito, em que a protagonista adquire alcunha de “pegador” ou “matador” (os nomes dos desodorantes da linha em questão), ganha dimensão do exagero característico da marca. Ser homem selvagem, cheirar como o homem selvagem e, em especial, a transitividade dos verbos que nomeiam as fragrâncias (*matar* a quem?; *pegar* a quem?) só serão problematizados por aqueles que não entenderam a ironia da marca – esse é um efeito discursivo.

Figuras 35 e 36 - Homem pegador e matador.



Fonte: 35 - Site do Mercado Livre. Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-828352310-2-desodorante-antitranspirante-old-spice-pegadormatador_JM>. Acesso em 05 ago. 2018. 36 - Sant'anna (2014, p. 40); revista *Careta*, 3 jan. 1925.

Iconograficamente, a força do dispositivo da tradição faz com se remeta ao passado. Em cena, há motivos escuros, estilo de traço com contornos pesados (como as tatuagens *old school*¹²¹), com animais de expressão ameaçadora. A ideia de homem-animal, homem-monstro é da esfera da memória, como se discutiu anteriormente acerca da constituição do corpo musculoso (cf. subitem 3.1). Os grandes homens dos séculos passados são referência constante – mesmo quando a peça publicitária é de 1925 (figura 36). Até o encerramento da promoção publicitária, o “Sr. Lobo” recebeu uma série de perguntas. Nesse jogo de interação, o principal assunto era como cortejar mulheres, como conquistá-las (tanto a mulher especial, quanto o maior número possível delas). Tal prática de confissão consiste em

¹²¹ “Entre os anos de 1920 e 1940, com os marinheiros, se populariza a arte dos desenhos na pele. Essas tatuagens eram basicamente patriotas e contavam a vida de quem vivia no mar, longe da família e amores por semanas e meses. Dava-se origem ao que chamamos de Old School: desenhos grandes, com contornos e traços grossos em cor preta, e uma paleta bem limitada de cores, basicamente amarelo, verde, azul e vermelho” (Disponível em: <<https://tattoo2me.com/estilo/old-school/>>). É muito comum encontrar tatuagens que remetem a essa antiga modalidade. O traço de tatuagem aparece também na propaganda da OX, analisada no subitem 5.3.

reconhecer em si a ausência e no outro a experiência necessária para tornar-se lobo, cafajeste, grande conquistar, isto é, *matador* e *pegador*. É um jogo pela visibilidade em que vale tudo para chamar a atenção da personagem.

Figura 37 e 38 – O Seu Lobo responde.



Fonte: Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/oldspicebrasil/>> Acesso em: 05 ago. 2018.

Essa espécie de “correio masculino do século XXI”¹²² acarreta silêncios, brincadeiras, rudezas no falar de si (ou do outro) em tom confessional e escrachado. Em uma dessas situações (figura 37), ao ser questionado sobre se o certo é ter “relacionamento sério” ou “passar o rodo”, o Almirante Lobo não respondeu, porque esteve ocupado “ministrando curso de surf em tornados e furações”. Conforme levantamento de corpora no *Facebook* (ANEXO III) e no *YouTube*, multiplicam-se, em âmbito digital, os espaços nos quais o silêncio masculino acerca da sexualidade (que se pressupõe natural e transparente) adquire novas formas de expressão. O “papo é reto” – conforme análise de materialidade anterior (cf. subitem 4.3) —, afinal, não

¹²² Alusão à prática de conselhos femininos em jornais, em especial durante a década de 60, cujo nome de maior destaque é Helen Palmer (pseudônimo da escritora Clarice Lispector). Nesses espaços, fervilham temas relacionados à saúde, ao bom gosto, ao envelhecimento, etc. Para mais informações, ver Campos (2004); Neiva e Campos (2014).

existe homem Homem “com déficit em estética” (de acordo com a figura 38), existe “homem Homem que confia pouco em si”.

Os regimes de tateabilidade agregam, segundo profusão enunciativa em âmbito digital, as produções acerca desses homens extraordinários, modelos de inspiração. Exemplo é o canal do *YouTube* “Ilha dos Barbados”, com 57.938.100 visualizações e 781.523 inscritos¹²³, que reúne três pessoas famosas da mídia televisiva e eletrônica. O sucesso do canal muito se deve ao fato de que é um espaço no qual, em tom de intimidade, discute-se tópicos ditos masculinos de maneira despojada e livre de amarras. Os títulos dos vídeos são, nesse sentido, oportunos para análise:

Figura 39 - Vídeos do canal Ilha dos Barbados.

Thumbnail	Title	Views	Time	
	DROGAS	1,5 mi visualizações	14:02	
	RELIGIÃO, O QUE PENSAMOS SOBRE ISSO!	1,1 mi visualizações	16:29	
	NOS ARREPENDEMOS DE NOSSAS TATTOOS?	1,1 mi visualizações	12:38	
	YOUTUBE: A FEBRE DO CONTEÚDO INÚTIL	1,1 mi visualizações	12:53	
	ENGRAVIDAMOS A AMIGA NUM MÊNAGE, E AGORA?	847 mil visualizações	11:27	
TEMAS DA ILHA REPRODUZIR TODOS				
	FAMA OU BABAQUICE... QUEM NASCE PRIMEIRO?	738 mil visualizações	13:01	
	FRUSTRAÇÕES DA PRIMEIRA GERAÇÃO DA INTERNET	720 mil visualizações	10:30	
	A CRISE DOS 30 ANOS EXISTE?	834 mil visualizações	11:49	
	A VIDA ACABA QUANDO VOCÊ VIRA PAI?	828 mil visualizações	12:07	
	POLÍTICA FUTEBOL CLUBE	642 mil visualizações	12:53	
CONSELHOS SENTIMENTAIS REPRODUZIR TODOS				
	TROCA DE CASAS E DEPRESSÃO APÓS BATER...	795 mil visualizações	9:58	
	SEGUIR GOSTOSA NAS REDES É TRAIÇÃO?	575 mil visualizações	11:30	
	HOMEM CURTE CHUPAR MULHER?	570 mil visualizações	7:18	
	PREGUIÇA DE FAZER SEXO, E AGORA?	714 mil visualizações	10:42	
	ELA DORMIU NO MEIO DA COISA, E AGORA?	672 mil visualizações	9:35	

Fonte: YouTube. Disponível em: < https://www.youtube.com/channel/UCR5L_Q8Tiljy7WKEQOrGKbg>. Acesso em: 05 ago. 2018

¹²³ 16 jul. 2018, às 21h33 horário de Brasília.

A construção de efeito de “verdade confessional” se dá por meio de produção em que três homens — Rafinha Bastos (apresentador), PC Siqueira (*youtuber*) e Cauê Mora (*youtuber* e cantor) — conversam entre si formando uma espécie de círculo no qual o quarto lugar é ocupado pela câmera. Temas de sexualidade, no tópico “Conselhos sentimentais”, lideram os índices de visualizações. Homens barbados, tatuados e que falam palavras de baixo calão discutem tópicos que incidem diretamente sobre regime de verdade estabelecido de masculinidade, ora desconstruindo certos estereótipos nocivos, ora reforçando-os.

Declarar em bom som e de maneira inteligível a verdade sobre si próprio foi considerado, no mundo ocidental, condição de redenção dos próprios pecados e de condenação dos pecadores, conforme Foucault em conferência intitulada “Verdade e Subjetividade” (1993, p. 204). Em que consiste tal obrigação? Essa questão, para o filósofo, que engloba “estranhas e complexas relações que nas sociedades se desenvolveram entre a individualidade, o discurso, a verdade e a coerção” está no âmago da “genealogia do sujeito moderno”. No exemplo acima (figura 39), vale o imperativo do dizer a verdade. Confissão como que em segredo, numa conversa íntima para milhares de pessoas que visualizam o canal. Nesse sentido, assim como slogan da campanha anterior “A gente se cuida, mas não fala pra ninguém”, as práticas enunciativas são tão contraditórias quanto a lógica burguesa de que se ocupou Foucault no estudo da História da Sexualidade: os homens se cuidam, podem contar para os outros, desde que isso não lhes furte a masculinidade. É necessário escavar esse mundo de segredos escancarados que a virilidade, em práticas contemporâneas de internet, impõe.

5.2 UM PROJETO BEM-ACABADO: O HOMEM HOMEM

O silêncio constitutivo sobre a sexualidade do homem Homem se pauta na ideia de que a masculinidade é atributo imanente (mas gradual) do menino. Natural e transparente, a construção da virilidade se efetiva pelo sistema binário da presença ou ausência de certa propriedade viril, ainda que, muito ao contrário dessa perspectiva do senso-comum, práticas de si – amparadas em dada *economia dos prazeres* e exercício de poderes - têm existência histórica. A pesquisa se ocupa especificamente

de práticas discursivo-midiáticas contemporâneas – o que requer, no entanto, tratar de formas específicas de acúmulo que as constituem.

Para a discussão proposta, é mister compreender transformação das práticas de embelezamento (de si, para si) em gênero de primeira necessidade, as quais marcaram profundamente o século XX, pois

foi quando ornamentar-se deixou de ser um gesto moralmente suspeito ou típico de uma minoria mundana para se transformar em direito de pobres e ricos, jovens e idosos. Misturado ao milenar sonho de rejuvenescer, o embelezamento virou prova de amor a si mesmo e pela vida – não somente um dever, mas um merecido prazer; não simplesmente um truque para ser amado, mas uma técnica para se sentir adequado, limpo e decente. E, ainda, a história do embelezamento habita zonas do imaginário ligadas à milenar vontade de se livrar da doença e escapar da morte. Trata-se, portanto, de um tema revelador das maneiras de lidar com coisas consideradas tão supérfluas quanto essenciais, tanto belas quanto feias (SANT'ANNA, 2014, p. 16).

Esse processo de mutação do discurso publicitário se deu, segundo Sant'Anna (2014), a partir da década de 1930 quando os anúncios brasileiros ganharam “otimismo” até então raro. As ilustrações de pessoas sorrindo “empurraram semblantes tristes para o terreno do mau gosto”. O ar imperativo dos anúncios de remédios mistura-se com certo paternalismo bem-humorado, menos austero e mais breve em suas ameaças. Os comerciais “afirmavam que valia a pena cuidar do corpo porque beleza rimava com felicidade e saúde” (SANT'ANNA, 2014, p. 83). Em pleno desenvolvimento dos setores médios da sociedade brasileira e do comércio de roupas industrializadas, quanto mais a satisfação do consumo era valorizada, mais os produtos que dependiam da tarefa de enfrentar dores ou gosto ruim tendiam a ser esquecidos. Nos manuais e nos conselhos de beleza, as promessas de embelezamento rápido se multiplicavam (SANT'ANNA, 2014, p. 84).

Se hoje a relação entre beleza e autoestima está bem estabelecida, nas primeiras décadas do século XX, essa ideia ainda levantava fortes suspeitas. Foi ao longo da década de 1930 que a alegria e o bem-estar iniciaram a “carreira de sucesso na propaganda”: “os conselhos de beleza e a propaganda daqueles anos, ao divulgarem o valor da satisfação de viver, criaram uma aura de felicidade em torno do consumo bem maior do que no passado” (SANT'ANNA, 2014, p. 87). Ademais, em seus começos, do final do século XIX até a metade do século XX, a propaganda

comercial, basicamente, sublinhava e elogiava as qualidades do produto. Conforme exemplifica Chauí (2006), o comercial apresentava os efeitos curativos dos remédios, os efeitos higiênicos do sabão, o conforto de uma mobília, o bom gosto de uma peça de roupa, etc.

No entanto, com o aumento da competição entre produtores e distribuidores, com o crescimento do mercado da moda, com o advento da produção industrial em escala mundial e, sobretudo, à medida que pesquisas de mercado indicam que as vendas dependiam da capacidade de manipular desejos, a propaganda comercial foi deixando o produto propriamente dito (com suas propriedades, qualidades, durabilidade) para afirmar os benefícios que ele realizaria: sucesso, prosperidade, segurança, juventude eterna, beleza, atração sexual, felicidade (CHAUÍ, 2006, p.39).

Em outras palavras, a propaganda ou publicidade comercial passou a vender imagens e signos e não as próprias mercadorias (CHAUÍ, 2006, p. 39). Assim, o uso de frases curtas, em especial em anúncios de remédios, banalizou-se. Era preciso provocar memorização fácil do nome do produto anunciado e inserir seu consumo no “seara da felicidade”. Na época dourada do rádio, *jingles* serviram a esse propósito na medida em que o trabalho fônico com o significante atribui valor mnemônico ao nome do produto, ao passo que imbuí a ele caráter de brincadeira, de deleite com os usos da língua¹²⁴.

O caso da relação entre a publicidade e das mulheres é emblemático: nesse entremeio, no lugar de sugerir que seria preciso se embelezar porque, do contrário, estariam condenadas a permanecerem solteiras e infelizes, os anúncios passaram a reforçar as vantagens dos produtos. Sant’Anna (2014) exemplifica transformação de tratamento do delicadíssimo tópico sobre “estar naqueles dias” em anúncio da empresa *Modess*, que contrasta com a austeridade do produto “A Saúde da Mulher”. Num caso, a moça é funcionária de um consultório médico e isso significa “serviço ininterrupto o dia inteiro”. No outro, coloca-se em evidência os “Incomodos de Senhoras” (SANTA’ANNA, 2014, p. 85-86).

À mulher, foram exaustivos os conselhos sobre conter exageros e controlar meticulosamente a presença corporal e emocional, já para homens a tendência significou, por exemplo, aceitar que “um alfaiate não faz milagres”. Como preconiza anúncio dos anos 30: “para um terno proporcione uma impressão admirável, não basta

¹²⁴ Sobre a constituição de memória radiofônica brasileira, ver Krause (2016).

unicamente que a obra do alfaiate seja irreprehensível” – além da saúde e da inteligência, aos homens era exigida “compleição robusta”, discurso calcado nos americanismos próprios da década de 30 (SANT’ANNA, 2014, p. 93). Para Sant’Anna (2014), a passagem pelo serviço militar levava os jovens rapazes a pensar sobre o próprio peso e a capacidade muscular. A prática esportiva e o fisiculturismo contribuíram para que se cultivasse certo gosto por modificar o corpo por meio de exercícios (cf. capítulo 3). No alfaiate, as mulheres dissimulavam quilos a mais. As ombreiras masculinas, por sua vez, preenchiam alguns músculos a menos.

No Brasil da época, mais rural do que urbano, a relação uso de produtos de beleza e virilidade era ainda distante. Viril era o homem que, montado a cavalo, atravessava a escuridão da noite em meio a matagais, de peito aberto perante o desconhecido. Sobressaiam figuras do barqueiro incansável, do pescador paciente e corajoso, do caçador astuto e veloz, as quais confirmavam associação forte e bem estabelecida entre masculinidade e bravura, ambas fabricadas nos embates com as forças naturais (ou sobrenaturais) (SANT’ANNA, 2014, p. 67).

O problema do embelezamento masculino, dessa maneira, não é novo. Trata-se de um difícil desafio: a masculinidade é dura, asséptica, livre de quaisquer artifícios. Vender produtos de beleza a homens exigiria, assim, destituir-lhes do estatuto de autossuficiência. Homens não choram e não se maquiavam¹²⁵: esse é um pressuposto de larga crosta histórica que deriva de acúmulo de memórias na constituição do verdadeiro sobre os papéis de gênero. Estimular o consumo, contudo, é imperativo à economia, já que o poder aquisitivo é determinante na produção dos sujeitos contemporâneos: sujeitos atravessados por saberes, pelo exercício de poderes e por parcimônia dos prazeres.

No filme publicitário da marca *O Boticário*, parte da mesma campanha da qual se ocupou breve análise anterior (cf. subitem 4.3), um homem com perfil lenhador¹²⁶ chuta uma chaleira que está ao fogo e caminha em direção à câmera, visivelmente irritado. Passando os dedos por sua testa, declara: “*nada me deixa mais furioso que ficar com o rosto oleoso*”. Após, um mecânico, saindo debaixo de um veículo,

¹²⁵ Esse é um terreno de lutas e de contestações. Famoso youtuber rompe normas de gênero por apresentar tutoriais usando maquiagem em cores vivas. Entretanto, no âmbito político-partidário, suas opiniões são associadas à homofobia e ao discurso de ódio. A situação revela o quão intrincadas podem ser relações de poder em termos de norma e de exclusão.

¹²⁶ Acerca da invenção do “lumbersexual”, do perfil “lenhador”, ver Silva e Leite (2016).

completa: “por isso eu tenho um macete, que chamo de sabonete”. Em um vestiário masculino, sujeito com tronco musculoso afirma “perfumaria, desodorante, só um pouquinho de hidratante”. Outro sujeito musculoso, levantando peso ao espelho de uma academia de ginástica, adverte: “pós-barba e *shower gel* para você conquistar sua girl¹²⁷”. Antes da apresentação do slogan, na penúltima cena, um rapaz jovem cercado por amigos em uma casa de shows admite em segredo: “se quer um conselho, te dou seis em um, mas se me perguntar eu não uso nenhum”. Uma multidão de homens completa: “a gente se cuida, mas não conta pra ninguém. Ainda bem que tem *Boticário Men*”.

Toda composição do anúncio trabalha elementos que remetem ao passado. O brilho da tela é apagado. A trilha sonora se assemelha ao toque característico da época dourado do rádio. Cada um dos enunciados proferidos por perfis masculinos estereotipados apresenta uma rima, como um antigo *jingle*. É o funcionamento do dispositivo da tradição que remete ao passado para reconstruir o presente. Se em um primeiro momento, estranhamos a presença de homem “duro”, em ambiente externo, reclamando sobre o fato de sua testa estar oleosa, o quarto quadro do comercial apresenta finalidade plausível: cuidar-se com os produtos da empresa tem como propósito conquistar a(s) mulher(es). Embelezar-se, nesse sentido, é atributo necessário para sedução – injunção que respalda a empreitada do homem cuja masculinidade poderia ser posta em desconfiança de outra maneira.

Figura 40– Frame de comercial da linha *Boticário Men*.



Fonte: YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zTXIHkCL9x0>>. Acesso em 05 ago. 2018.

¹²⁷ A pronúncia da palavra inglesa “girl” é pronunciada, na propaganda, como “guel” para rimar com a palavra “gel”.

Certo sistema de regularidade protagoniza, também nessa peça, a confissão pública na forma de conselho aos amigos. A corporeidade do rapaz, ao centro da roda, e o interesse dos demais por ouvir dicas de beleza quebra a expectativa nas formas de representação do homem macho, que, nesse caso, cuida da aparência – ainda que, mesmo em brincadeira, resguardado o segredo e o silêncio. O dizer verdadeiro sobre o que é o homem viril implica, necessariamente, o dizer verdadeiro sobre a sexualidade. Eis a triangulação que respalda a subjetividade homem Homem (cf. quadro 3). Cortejar mulheres é o único motivo possível para se vender produtos de beleza para esse público consumidor segundo as peças analisadas ao longo da pesquisa; assim, o que se denomina “cortejo”, refere-se a duas possibilidades de que o discurso publicitário se serve: a conquista da mulher especial (que merece dedicação, que deve ser impressionada) e a conquista da maior quantidade possível de mulheres para obter sexo.

Historicamente, o processo de maturação que *naturalmente* leva o menino ao estado de homem adulto desempenha papel ínfimo diante do lento e profundo trabalho de inculcação pelo qual a sociedade o conduz aos comportamentos do estado viril (BAUBÉROT, 2013, p. 189). Tomando por base essa tese, Baubérot (2013) procede um exame de instâncias de socialização que apoiam a “transmissão de estereótipos de gênero”, assim como as reações dos garotos ante esse quadro normativo. Os hábitos viris - da família; dos “bandos”; do ensino escolar; do trabalho e do quartel - cumprem papel de efetuar contínua e progressiva transição do terreno assexuado da infância (do menino que pouco a pouco se desconecta da “barra da saia da mãe”) para a puberdade transformadora, que coincide com ritos de puerilidade. Parece bastante tranquilo assumir que a virilidade, tanto quanto qualquer outro modelo de conduta, é algo que se constrói¹²⁸.

Na contramão desse entendimento, há a prerrogativa cultural de que “a força da ordem masculina se evidencia no fato de que ela dispensa justificção” (BOURDIEU, 2016, p. 22). A sexualidade masculina, que se quer óbvia, é acobertada por silêncios e reduções: o destino do homem com agá maiúsculo, pela materialidade

¹²⁸ Bauberót (2013) cita a famosa passagem da filósofa Simone de Beauvoir, modificando-a: não se nasce viril, torna-se viril. Afinal, “nenhum destino biológico, psíquico, econômico é capaz de definir a forma que assume dentro da sociedade o macho humano; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o homem e o super-homem que chamamos de viril” (BAUBERÓT, 2013, p. 189).

em análise, é a arte da conquista, a prova do domínio viril cuja longa jornada se inicia com banho de vinho na Roma Antiga (cf. item “apresentação”), com o primeiro par de calças no contexto da Europa na Grande Guerra, com a primeira doença venérea no Brasil rural do século XX, enfim. Não se trata de universalizar a experiência viril, mas de reconhecer a constituição de uma multiplicidade de silêncios que irrompem nas práticas discurso-midiáticas em análise, as quais, supostamente, impediriam o homem de falar de si ou mesmo cuidar de si. Não obstante, a lição de Foucault (1988) acerca do dispositivo da sexualidade (que incide sobre todos) permite entrever o quão barulhento esses silêncios são e o quanto é custosa a constituição da virilidade “natural”.

Assim, ainda que produtos de beleza como xampus, sabonetes e hidratantes exclusivos para homens sejam uma especificidade que aflora com força expressiva na contemporaneidade, a prerrogativa de “dar no couro” foi explorada pela indústria farmacêutica ainda no alvorecer dos anos 20 com os chamados “soros estimulantes”. A propaganda do tônico *Hormandrigo* garantia que “bastavam algumas doses para repor a energia sexual desejada, tornando o homem apto para a cópula e o prazer”. No entanto, havia que se ter cuidado à época, pois “remédios assim também podiam melhorar a neurastenia, acusada de ser uma doença típica de intelectuais e sujeitos excêntricos” (SANT’ANNA, 2014, p. 70). O receio de ser derrubado por “fraqueza genital” é uma constante na história dos primeiros fármacos brasileiros:

Antiga permanência na história: o belo homem rima com a imagem de um ser feroso. “Dar no couro” – mantém-se, assim, uma condição masculina importantíssima. Esta era confirmada em narrativas sobre a vitória das conquistas amorosas, muito mais fácil de ser explicitada do que o medo de falhar, como se o fato de dizê-lo já fosse um atestado de impotência invencível, uma vergonha que pede esconderijo a sete chaves. Há muito, a solidão do homem diante de seu membro flácido contrasta com a imagem do macho visivelmente pronto para o ataque (SANT’ANNA, 2014, p. 71-72).

Traduzida para a contemporaneidade, propagandas *para/sobre* o homem com agá maiúsculo deslocam o aperfeiçoamento dos dotes da conquista, em especial, para o *cheiro* – caráter mais rudimentar do animal, aspecto corporal que o aproxima do homem-lobo, que vai à caça do alimento, da parceira sexual: homem *matador* e *pegador*. No filme da *Old Spice* que marca a chegada do produto ao Brasil, reconstitui-

se discurso sobre a virilidade o qual edifica o projeto de homens de habilidades extraordinárias e corpos perfeitos.

A peça de um minuto e vinte segundos de duração foi exibida em televisão aberta em 2014 e repercutiu com significativa expressão em plataformas de internet, em especial no *YouTube*. Atuou na propaganda (assim como em outros eventos de divulgação da marca) o ator e modelo brasileiro Malvino Salvador, conhecido pela participação em famosas novelas da Rede Globo de Televisão. Várias pequenas cenas compõem a peça, denominada “O Chamado” (ver sequência de frames desse comercial no ANEXO I). Na primeira, em uma ilha deserta, um homem caucasiano musculoso avista um coqueiro. Corre em direção à árvore, desfere um chute, “vira” um salto mortal de costas e apanha um coco antes que ele caia no chão.

Figura 41– O selvagem – Old Spice.



Fonte: YouTube. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=KUWj6QcLpPU>>. Acesso em 05 ago. 2018.

Para pegar o coco, o homem não precisa ver onde a fruta cairá. Intuitivamente, ele simplesmente posiciona a mão, haja vista o fato de que a performatividade do corpo masculino é imune a falhas (cf. discussão capítulo 3). Tudo sugere grandeza e agilidade. O corte de cenas é rápido, quase truncado. A sonoplastia conota agitação e fervor. Para certa tomada do frame, posiciona-se a câmera de baixo para cima (figura 41), de modo que o olhar que se projeta sobre o corpo masculino enfatiza seus dotes físicos e a sua solidão. Com um único golpe de caratê, a personagem abre a

parte de cima do coco. Antes que possa beber de sua água, é interrompido por um som sibilante, que se ouve à distância.

Performance e domínio do próprio corpo investem a representação, que apela à memória do homem selvagem, entregue à própria sorte, que não pode contar com ninguém além de si para sobreviver aos perigosos que a natureza lhe reserva. O Tarzan¹²⁹ do século XXI, apresenta constituição corporal hipertrofiada, na medida em que o músculo representa a força física arduamente cultivada (cf. subtítulo 3.1). Marca de uma reconstrução dos perfis viris, a pilosidade excessiva é substituída por uma versão mais asséptica, sugerida pelos cabelos levemente esvoaçados e pela barba mal aparada. O regime de olhar da câmara, por sua vez, destaca o torso: o gesto de apanhar o coco revela-o em sua amplitude máxima. O fio tenso do discurso e as formas de acúmulo enunciativo remetem às fotografias viris da *Muscle Beach* (cf. subitem 3.1), que orienta modo específico de virilidade relacionada à construção de si pelas academias de ginástica – que substituem a selvageria da natureza.

Na segunda cena, homem em traje de gala (um *smoking*, também conhecido como *black-tie*) chega a um evento de luxo, onde há o característico tapete vermelho, presente em cerimônias como a “Noite do Óscar”. Ele traz consigo duas mulheres em carro conversível esportivo de polimento impecável, cuja marca não aparece de maneira explícita no comercial. Após desembarcá-las, inoportunamente, um veículo atravessa uma poça em alta velocidade bem próximo ao trio, respingando lama para todos os lados. Ao contrário do que se poderia supor, esse homem não é pego de surpresa. Estende o casaco (para superior do traje) que protege a si e as duas mulheres. De forma ainda mais impressionante, nem ao menos se suja:

¹²⁹ Tarzan, o filho das selvas, é uma personagem literária do livro homônimo criada em 1912 por Edgar Rice Burroughs. Conta a história de uma criança que fora criada por gorilas, na selva africana. Para mais informações, ver: <<https://www.edgarriceburroughs.com/series-profiles/the-tarzan-series/>>. Acesso em 01 jan. 2019. Nolasco (2001) a utiliza para explicar estereótipo masculino, contrapondo-o a Homer Simpson.

Figura 42– O galã – Old Spice.



Fonte: YouTube. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=KUWj6QcLpPU>>. Acesso em 05 ago. 2018.

A velocidade do filme, nesse frame específico, é marcadamente reduzida. Em câmara lenta, veem-se as pequenas gotas de lama sendo barradas pela vestimenta – jogo que reforça o caráter jocoso e grandiloquente da peça, já que esse recurso é amplamente usado em filmes de ação, como os do James Bond¹³⁰ e de guerra em especial quando do sangue inimigo jorrado¹³¹.

Ressaltamos que a virilidade intrínseca do elegante galã não se vale de compleição muscular hipertrofiada, por tratar-se de outro perfil. Nesse caso, a masculinidade se dá pelo poder associado ao dinheiro. A centralidade da câmara, o jogo do olhar – nesse caso, para algo que está fora do enquadramento que leitor-telespectador alcança (como o caso dos *posts*, figuras 25 e 26) –, e, em especial, o fato de acobertá-las com a vestimenta, sugere, de forma simbólica, prontidão para proteção. Conquistar o sucesso financeiro é atividade similar àquela do confronto armado, quando se conquista o inimigo pela força; afinal, os princípios nocionais da

¹³⁰ Personagem de filmes homônimos, 007 é o codinome de James Bond, agente secreto. Uma famosa cena, quando a personagem foi interpretada pelo ator Pierce Brosnan, imortalizou o agente secreto em trajes de gala, acompanhado por duas belas mulheres: uma de cabelos loiros e uma de cabelos morenos. Para mais informações, ver: < <http://www.007.com/>>. Acesso em 01 jan. 2019.

¹³¹ Um exemplo icônico da história do cinema é o filme 300, de 2007, que conta a história da batalha das Termópilas. O sangue jorra em câmara lenta como forma de ressaltar o caráter épico da narrativa fílmica. Para mais informações, ver: <<https://filmow.com/300-t50/ficha-tecnica/>>. Acesso em 01 jan. 2019.

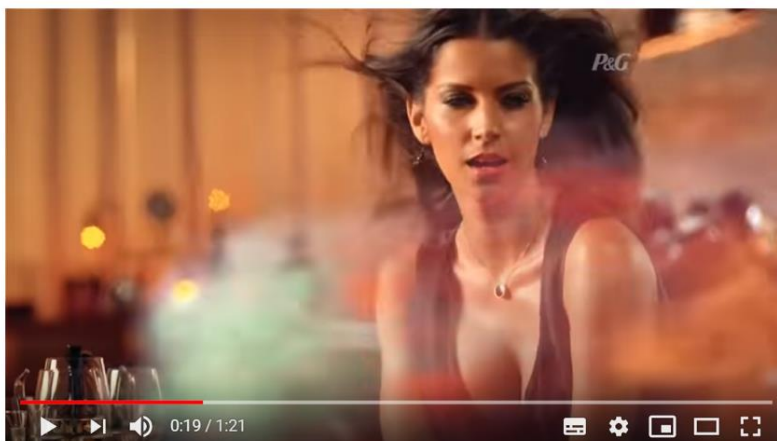
guerra são basilares à definição histórica da virilidade (BAUBERÓT, 2013; VIGARELLO, 2013). Há, portanto, ponto de contato entre o homem *protetor* e o homem *provedor*: aquele que sustenta e, dessa forma, mantém, protege e assegura a vida (da família, da esposa e do país) (cf. discussão do capítulo 4).

Além disso, a companhia de duas mulheres de corpos esculturais, uma loira e uma morena, desvela sentido de universalidade na conquista (ainda que extremamente excludente), por abranger perfis femininos tidos como desejáveis e globais. A mulher, que se entrega ao galanteador (e até mesmo que o divide com outra), é incapaz de controlar a si mesma – sistema de regularidade da falta de domínio feminino que aparece também no comercial do perfume Zaad (subitem 4.2). À continuidade da narrativa, esse homem também ouve o som sibilado e deixa as companheiras à porta da festa para atender ao chamado.

Em terceira cena, a personagem interpretada por Malvino Salvador oferece um jantar a dois para uma mulher jovem, caucasiana, alta, magra e sensual (em termos gerais, muito parecida com as duas da cena anterior). A personagem principal do comercial (com maior tempo de exibição e também aquela que apanha o desodorante, conforme cenas seguintes) toma em mãos um lança-chamas que estava guardado embaixo da mesa (ou “ilha”) da cozinha. Ele utiliza essa máquina grande, desajeitada, exagerada e possivelmente letal para acender a vela ao centro.

Figura 43, 44 e 45 – O conquistador – Old Spice.





Fonte: YouTube. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=KUWj6QcLpPU>>. Acesso em 05 ago. 2018.

A prova viril (cf. subitem 4.3) excita a parceira romântica, como se evidencia pela troca de olhares. No entanto, o beijo que se seguiria à cena não se concretiza, já que a personagem de Salvador ouve também o chamado e abandona imediatamente a companheira. Nessa peça (cf. ANEXO I, frames 1-3), o discurso sobre a sexualidade constitui um controle regular de condutas que se sustenta pela *norma* e pela *exclusão*. Marca-se um retorno ao “homem forte” e à “mulher bonita”, “que toda gente admira”, mote da propaganda de *Biotônico Fontoura*, de 1934 (figuras 23 e 24, subitem 4.1). Diferentes perfis apresentados ao longo do comercial fílmico reduzem-se a um só: “o homem que sabe incendiar o encontro”, “o homem que sempre chega lá, não importa como”¹³².

Esses “exageros” (como o lança-chamas, o lobo-mau, os feitos super-humanos, etc.) pelos quais a *Old Spice* é conhecida, parte de uma estratégia bem-sucedida importada dos Estados Unidos, onde a marca é campeã no segmento de cuidados com a aparência masculina. Segundo a fabricante, o produto mescla eficiência e proteção com fragrâncias que “despertam o lado mais masculino de cada homem”. A grande reviravolta começou em janeiro de 2010 quando, perdendo espaço para outras empresas como a *Dove* e a *Nívea*, a *P&G* modificou proposta de lançamento da campanha, com um novo slogan, “*The man your man should smell like*”¹³³, protagonizada pelo ator e ex-jogador de futebol americano Isaiha Mustafa, que

¹³² Os enunciados linguísticos do comercial constam da epígrafe do item “Apresentação”, assim como no ANEXO I.

¹³³ Algo como “O cheiro de homem que seu homem deve ter”. Nesse primeiro momento, as propagandas da *Old Spice* eram endereçadas às mulheres heterossexuais.

interpretava o *Old Spice Guy*, um conquistador de mulheres e garoto-propaganda para “Homens que gostam de ser homens”¹³⁴.

O sucesso foi imediato: 6,7 milhões de visualizações em apenas um dia e mais de 23 milhões de visualizações após 36 horas (atualmente o vídeo já ultrapassou a barreira das 47 milhões de visualizações). Além disso, os seguidores no Twitter aumentaram em 2700%, a interação com os seguidores no Facebook cresceu 800%, o site da marca aumentou seu tráfego de visitas em 300%, o canal no *YouTube* passou a ser um dos mais assistidos da rede e as vendas aumentaram em 125% nos seis meses seguintes¹³⁵. De outra forma: os regimes de tateabilidade (cf. capítulo 2) agregam vozes – e enunciados – e as propagam aos milhões, devido a complexo funcionamento de algoritmos que regulam as redes sociais e as mídias digitais (cf. subitem 2.3). A vontade de verdade segundo a qual a masculinidade-virilidade está associada à dominação, de enorme peso histórico (BAUBERÓT, 2013; VIGARELLO, 2013), adquire viço na contemporaneidade circunstanciada, na pesquisa, às três práticas discursivo-midiáticas brasileiras. Esse jogo de verdades, sob o julgo do dispositivo da tradição, regula condutas, estabelecendo os pares contrastivos que há muito haviam sido questionados e até mesmo esvaziados – como sugere a tese de Nolasco (2001) e a crise da masculinidade em Vigarello (2013b).

Sobrevém à essa relação as condições de possibilidade de os enunciados-acontecimento dizerem-se, no jogo de uma exterioridade, com a expectativa de que os procedimentos adotados façam aparecer a lei na qual se detenha as regras para a enunciabilidade e o funcionamento discursivo (TASSO, 2013). Emerge do passado ideal figura “adâmica” (porque originária), perdida há muito, recuperada da quase iminente extinção: eis o homem Homem (*Old Spice*, 2014), o Sujeito de Valor (*Facebook*, 2018), o Homem Tradicional (*Facebook*, 2018) e o HOMI (*YouTube*, 2018).

Projeto bem-acabado esse o do homem Homem. Sem ferir atributos de virilidade, comercializam-se produtos de embelezamento, debatem-se inseguranças

¹³⁴ Para mais informações, ver:

1) <<http://www.adnews.com.br/publicidade/old-spice-estreia-no-brasil-acendendo-vela-com-lanca-chamas>>. Acesso: em 10 jan. 2016.

2) <<http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/noticias/2014/03/07/Old-Spice-estreia-no-Brasil-para-resgatar--masculinidade-.html>> . Acesso em: 10 jan. 2016.

3) <<http://tudoparahomens.com.br/old-spice-chega-ao-brasil/>>. Acesso em 10 jan. 2016

¹³⁵ Para mais informações, ver: http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2014_02_23_archive.html>. Acesso em 11 jan. 2016.

relacionadas à conquista, admitem-se vaidades ante os enormes espelhos de academias de ginástica, desafiando ordem profundamente arraigada às malhas da cultura brasileira, por muito tempo essencialmente rural (SANT'ANNA, 2014). No entanto, o desafio à ordem discursiva é apenas aparente. Dizer a verdade sobre si está condicionado à necessidade de que essa verdade seja a do homem heterossexual, que planeja utilizar de todos os artifícios à sua disposição para o cortejo. Assim, impor a vontade sobre o corpo (prática discurso-midiática do treinamento) e dominar a relação com o dinheiro (prática discurso-midiática do sustento) está condicionado à conquista do sexo oposto. É o motivo pelo qual a triangulação das práticas em análise tem o cortejo como vértice central (cf. quadro 3).

Ora, “A gente se cuida, mas não fala pra ninguém” é um estranho silêncio em tom confessional acerca da sexualidade e da prática da conquista que, no âmbito das mídias digitais, tem por propósito ser compartilhado aos milhares – como determina funcionamento maquínico e sensibilidade digital (cf. capítulo 2). Assim, o efeito de superioridade adquirida, o tonar-se irresistível às mulheres pelo poder associado fundamentalmente ao dinheiro (*O Boticário/ Zaad*, cf. subitem 4.2) e até mesmo perguntar ao lobo como conquistá-las (*Old Spice*, 2014) justificam uso de cosméticos masculinos, sem que os homens percam sua masculinidade, tão arduamente construída e tão insuportavelmente frágil. De forma clara, sem meias palavras, esse é o mote de peculiar xampu comercializado numa garrafa de cerveja, em análise no próximo item.

5.3 DOS REGIMES DE EXCLUSÃO: O EFEMINADO

Em tratados do período que se inicia no século II d.C., Foucault (1985) observa desconfiança face aos prazeres, insistência sobre os efeitos de seu abuso, das obrigações conjugais e desafeição com relação às significações espirituais atribuídas ao amor pelos rapazes. Tal desconfiança perpassa a relação da prática médica com a prática filosófica do cuidado com o corpo. Foucault (1985) exemplifica intensificação da austeridade sexual com análise de “Do uso das partes”, do proeminente médico e filósofo romano Galeno [130 d.C-210 d.C.], cujos escritos sobre os *aphrodisia*, os “atos de Afrodite”, colocam-se no ponto de intersecção entre a morte, a reprodução e a imortalidade. O médico da antiguidade conclui: “é na falta de eternidade que se

enraíza a necessidade da separação dos sexos, a intensidade de sua atração recíproca e possibilidade da geração” (FOUCAULT, 1985, p. 110).

Em sua “sabedoria do princípio demiúrgico”, Galeno acredita que a natureza, com o objetivo de criar obra imortal, depara-se com a inevitável mortalidade da matéria humana e precisa encontrar maneiras para assegurar a salvação e continuidade da humanidade. Por esse motivo, os seres vivos são compostos de órgãos reprodutores, mas também de certa “artimanha”. A “artimanha” apresenta três elementos: os órgãos (que assim como os animais apresentam função reprodutiva), o prazer (sensação “extraordinária e muito vívida”) e finalmente, na alma, o desejo (“surpreendente e indizível”),

O “sofisma” do sexo não reside [...] simplesmente numa disposição anatômica sutil e em mecanismos cuidadosamente ordenados: ele consiste também em sua associação com um prazer e um desejo, cuja força singular está “além até das palavras”. Para superar a incompatibilidade entre seu projeto e as necessidades de seus materiais, é um princípio de uma força, de uma *dunamis* extraordinária, que a natureza foi obrigada a colocar no corpo e na alma do ser vivo (FOUCAULT, 1985, p. 111).

O “agulhão do desejo” é um mecanismo por meio do qual se cumpre o intento de perpetuação da espécie sem que ao menos os seres vivos se deem conta. A fisiologia dos atos sexuais em Galeano é marcada por traços fundamentais que aproximam a morfologia do homem e da mulher. Baseando-se no princípio de uma identidade do aparelho anatômico nos dois sexos, ele supõe emissão de esperma também feminino, à diferença de que este seria menos perfeito e menos completo, o que justificaria seu “papel menor na formação do embrião” (FOUCAULT, 1985, p. 111-112).

Desejo e prazer são efeitos diretos de disposições anatômicas e processos físicos, ainda que não seja um simples movimento da alma, nem o prazer uma recompensa dada por acréscimo. Eles são os efeitos da pressão e da brusca expulsão. Existem, assim, valorações positivas ao ato sexual como a importância do sêmen, que reúne, em si, a substância poderosa que permite a manutenção da vida, o escapar à morte: “é no macho que ele encontra toda sua força e a sua mais alta perfeição. E é ele que lhe dá sua superioridade. Ele contribui ‘para a saúde, para o vigor do corpo e da alma, para a geração’. A preeminência do macho é a de ser o animal espermático por excelência” (FOUCAULT, 1985, p. 116).

Rufo de Éfeso [97 d.C-117 d.C.], conforme Foucault (1985), traduz a opinião geral quando afirma que a relação sexual é um ato natural e, por isso, não pode ser considerada má - ainda que possa ser perigosa. Perigosa, porque é desperdício do sêmen, essa substância preciosa, cujo excesso, contudo, incita à liberação. Perigosa também, porque seu próprio desenrolar o aparenta à doença, à agitação dos músculos, ôfego, efusão de suor, revulsão dos olhos, rubor da face, conforme comparação de Célio Aureliano [século V] a uma crise epilética.

Foucault (1985) examina, na Antiguidade greco-romana, a “ética do desejo que se molda sobre uma física das excreções”, a qual encontra significado na problematização moral do sexo – problema que estrutura o dispositivo da sexualidade, que sobre todos incide. A intensificação das relações conjugais e a inserção da prática dos *aphrodisia* no casamento fazem com que o “amor pelos rapazes” levantem olhares desconfiados. É Máximo de Tiro [II d. C.] quem distingue, nas relações masculinas, duas espécies de amor: aquele que é belo e justo e aquele que não o é.

Cumprido destacar que, no amor grego pelos rapazes posto em causa por Foucault, o homem livre e adulto exerce o domínio, estabelecendo relação desigual. O “oxímoro” vale na medida em que a desigualdade entre o homem adulto e o rapaz, que os antigos geralmente assimilavam a uma relação pedagógica, é percebida com uma “distância limiar”. Certa “igualdade desigual” vinculada à “antinomia do rapaz grego” gera o confronto e o desafio “que se engaja no processo ativado de desdobramento dos sujeitos livres” (FIMIANI, 2004, p. 107). Máximo de Tiro faz coincidir a distinção dos tipos de amor de acordo com a tradição platônica, ou seja, oposição entre o amor *verdadeiro* e aquele que nada mais é do que *aparência*. A comparação se dá 1) de acordo com as *qualidades particulares*: um comporta virtude, amizade, pudor, franqueza, estabilidade; o outro, excesso, ódio, impudor e infidelidade; e 2) de acordo com as *condutas*: um cuida do amado, acompanha-o ao ginásio, à caça, ao combate; segue-o na morte; e não é na noite nem na solidão que ele procura companhia; já o outro, foge do sol, procura a noite e a solidão e evita ser visto com aquele que ama. Um é *helênico e viril*, o outro é *bárbaro e efeminado* (FOUCAULT, 1985, p. 191).

Já no “Diálogo sobre o amor”, de Plutarco [46 d.C.-120 d.C.], Foucault (1985) constata constituição de uma erótica que serviu por muito tempo para marcar a existência de dois amores distintos e opostos: um baixo, vulgar, orientado para os

aphrodisia; o outro, elevado, espiritual, orientado para o cuidado das almas. A tese proposta por Plutarco é que a atração por mulheres e por rapazes advém do mesmo amor. No entanto, não há, entre rapazes, composição harmoniosa de Eros e de Afrodite, já que o “vínculo entre as almas” está associado tão somente ao prazer físico. Processo inverso ao diálogo “Amores” atribuído a Luciano [120 d.C.-192 d. C.] para o qual a filosofia e a virtude florescem à supressão do prazer físico. O amor pelos rapazes, implicado em uma “estilística de existência”, é, assim, legitimado.

Fimiani (2004, p. 96) afirma que desejo e prazer, segundo a perspectiva foucaultiana, não se limitam simplesmente a existir. Eles estão expostos à elaboração de uma prática de si capaz de tornar efetiva a força enquanto poder ético. Desse modo, “o dizer verdadeiro sobre si mesmo sempre foi, na cultura antiga, uma atividade múltipla, praticada com os outros. O estatuto do outro, cuja presença é necessária, é a questão que requer a maior atenção na problematização do dever dizer” (FIMIANI, 2004, p. 124).

A reflexão desenvolvida por Foucault (1985) a partir de textos clássicos propicia elementos para analisar os regimes de exclusão em práticas discurso-midiáticas, na medida em que o *efeminado* é aquela figura que, precisamente, marca o inverso do sujeito que diz a verdade sobre si. É adjetivo aplicado aos homens com agá minúsculo, cuja sexualidade está permanentemente sob suspeita. Conforme análise anterior (subitem 4.1), a opoterapia e a medicina ocuparem-se, séculos após, com o tratamento dos humores em falta do organismo (pseudo-) masculino (CAROL, 2013). A cristandade, em sua longa constituição na história ocidental (GÉLIS, 2012), por sua vez, definiu como abominação “um homem deitar-se com outro homem”¹³⁶. Contemporaneamente, a pretensa superioridade do “animal espermático por excelência”, dada acúmulos de memórias presentes em diversos campos do saber e

¹³⁶ Alusão à passagem bíblica constantemente reiterada em discursos homofóbicos que circulam em ambientes virtuais (ou não): “Com homem não te deitarás, como se fosse mulher; abominação é; Nem te deitarás com um animal, para te contaminares com ele; nem a mulher se porá perante um animal, para ajuntar-se com ele; confusão é. Com nenhuma destas coisas vos contamineis; porque com todas estas coisas se contaminaram as nações que eu expulso de diante de vós” - Levítico 18:22-24. (Disponível em: < <https://www.bibliaonline.com.br/acf/lv/18>>. Acesso em: 05 ago. 2018).

modos de exercício do poder, é ameaçada pela grande massa desmasculinizada¹³⁷ que povoaria a sociedade. Esse processo violento suscita norma e exclusão.

São dois efeitos distintos conforme a natureza de circulação dos *corpora*: o homem desvirilizado de campanhas publicitárias e o homem desvirilizado das mídias sociais. No primeiro caso, respeitam-se as bordas da repressão legal (CONAR, cf. discussão em item “Apresentação”): bordas que são porosas à ideia de brincadeira, que quase tudo permite dizer (como o caso das propagandas da *Old Spice* e da *Ox*). Já no segundo caso, os enunciados são incisivos em relação aos perigos da “falta de masculinidade”, principalmente na educação das crianças:

Figuras 46 e 47 - Posts de página de Facebook Fúria e Tradição.



Fonte: Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/FuriaeTradicao/>>. Acesso em: 05 ago. 2018.

Nas páginas que fazem parte do quadro referencial para análise (ANEXO III), a masculinidade é posta em cena devido à sua falta. Masculino é adjetivo gradual, é uma conquista. Recurso escasso: precisa-se de “mais masculinidade” (figura 46). A

¹³⁷ Lugar comum constantemente reiterado nas propagandas e *posts* que compõem os *corpora* de pesquisa. Por exemplo, no slogan da *Old Spice* (2014) o apelo destina-se ao homem Homem, espécie em extinção.

página, denominada “Fúria e Tradição” (43.396 curtidas e 44.009 seguidores¹³⁸, ver ANEXO III), publicou texto relativamente longo (tendo em vista a natureza das páginas sociais) na qual prescreve frases que devem voltar urgentemente ao cotidiano dos meninos. O post alcançou a marca de onze mil compartilhamentos e doze mil curtidas:

- " Fale como homem. "
- " Aja como homem. "
- " Carregue o mais pesado, porque você é homem. "
- " Engula o choro, e responda. "
- " Esse arranhão aí não foi nada, você é homem. "
- " Se apanhar na rua, vai apanhar em casa também. "
- " Pare de frescura, você é homem. "
- " Isto não é coisa de homem. "
- " Isto não é brincadeira de homem. "
- " Isto não é roupa de homem. "
- " Limpe o quintal. "
- " Tire o lixo. "
- " Vá trabalhar. "
- " Não é mais que sua obrigação. "
- " Não seja frouxo. "
- " Se vira, você é homem. "
- " Tome vergonha na cara. "
- " Porque você é homem, e ponto! "
- " HOMEM não bate em mulher! "
- " SEJA HOMEM! "

Ser homem é uma questão moral. É um processo de resgate dos bons valores de um passado idílico, conforme prevê o dispositivo da tradição. Determinado conjunto de justificativas acompanha a coletânea de dizeres com relação à criação do rapaz viril:

Quando a psicologia e a escola passaram a problematizar e condenar essas expressões, já era a agenda da feminização da sociedade avançando no senso comum. Chegar ao ponto de dizer para eles usarem saia, era só uma questão de tempo mesmo. Desproblematizem a testosterona. Masculinidade não é doença¹³⁹.

As camadas descontínuas de história sedimentam conceitos médicos como “doença” e “testosterona” quando da apreciação moral sobre pretensa agenda obscura de feminização dos meninos. O “animal espermático por natureza” está definitivamente ameaçado: é “questão de tempo mesmo”. O efeminado – afetado pela problematização da testosterona (segundo inverso dos termos acima utilizados) – é

¹³⁸ Dados coletados em: 05 ago. 2018, às 17h33, horário de Brasília.

¹³⁹ Texto escrito que acompanha figura 47, compartilhado junto com a imagem.

marca de falta, algo que se “cura” ainda de criança, que se corrige na vara de marmelo (SANT’ANNA, 2013). O perigo de “virar gay”¹⁴⁰ espregueia a cada esquina, como se fosse consequência de hábitos ruins de criação, já que o objetivo, de acordo com esse discurso, é produzir o sujeito *pegador* e *matador*.

Sob o aspecto jurídico, do século XIX ao século XX, a maioria das legislações ocidentais penalizou o contraponto viril, o homossexual¹⁴¹, visando atos contra a natureza entre homens. A angústia das relações anais apresenta conotações religiosas (a sodomia), higienistas (acentuadas com a AIDS¹⁴²) e psicanalíticas (“estágio anal” freudiano). Como se acreditava que homossexualidade poderia ser adquirida, ter relações sexuais com rapazes mais jovens constituía forma de “corrupção da juventude”, que ameaçava o futuro da nação. O medo da homossexualidade impregna diferentes culturas: medo de ser, sem sabê-lo no contato com homossexuais, o que acentua condutas machistas para desviar suposições, intensificando violência homofóbica (TAMAGNE, 2013).

No que tange ao recorte da pesquisa, o sistema articulado de exclusão que enobrece o homem Homem é duplo: incide sobre o apagamento do relacionamento homossexual e sobre a desconfiança em relação ao homem heterossexual que adota posturas efeminadas. Sobre a questão, Reis (2012) elabora pesquisa de natureza antropológica em casas noturnas a respeito dos receios que homens homossexuais têm de tornarem-se femininos: existe um abismo entre a “feminilidade espalhafatosa” e a “masculinidade respeitável”. O inverso do Homem com agá maiúsculo se coloca num fio tenso entre o homossexual e o heterossexual efeminado, que não diz a verdade sobre si (conforme prerrogativa do dispositivo da sexualidade) – processo que evoca medos e silêncios.

Segundo Foucault (2001), certa “genealogia dos indivíduos anormais” pode ser traçada a partir dos séculos XVIII e XIX, inscrita sob problema de infração da ordem

¹⁴⁰ Enunciado coletado pelo pesquisador quando de uma conversa com mãe de aluno em ambiente escolar. A senhora alertava sobre a falta de cuidado e atenção de outros pais para com os filhos.

¹⁴¹ Historicamente, o homossexual, no final do século XIX, era tido como um contraponto viril. Alguns afirmavam existência de um “terceiro sexo”: o invertido que tinha a alma de uma mulher em um corpo de homem (TAMAGNE, 2013, p. 430). A lógica da terceira via, errada, deformada, retorna constantemente em páginas com mesmo teor (ver ANEXO I).

¹⁴² Sobre a relação da homossexualidade e da AIDS, Síndrome da Imunodeficiência Adquirida, ver pesquisa de Soares (2011) acerca do funcionamento do discurso jornalístico em revistas semanais (1985-1990); ver também texto de Tamagne (2013), “Mutações homossexuais”.

jurídico-natural e jurídico-médica em três eixos: o *monstro*, o *incorrigível* e o *masturbador*. O que define o indivíduo incorrigível é, paradoxalmente, o fato de que ele é corrigível – o que requer, certo número de “sobreintervenções em relação às técnicas familiares e corriqueiras de educação e correção, isto é, uma nova tecnologia da reeducação, da sobrecorreção”. A partir dessa espécie de jogo entre a incorrigibilidade e a corrigibilidade “esboça-se um eixo da corrigível incorrigibilidade, em que vamos encontrar mais tarde, no século XIX, o indivíduo anormal” (FOUCAULT, 2001, p. 73).

A primeira distinção, em Foucault (2001), refere-se a uma história natural essencialmente centrada na distinção absoluta entre gêneros, reinos, espécies, etc. Ao passo que a segunda – a do incorrigível –, por sua vez, refere-se a um tipo de saber que está se constituindo lentamente no século XVIII, o saber que nasce das técnicas pedagógicas, das técnicas de educação coletiva e de formação de aptidões. Acrescentamos à reflexão sobre a educação do macho no século XXI: a aptidão para virilidade (embora natural) no treinamento, no sustento e na conquista.

Desse modo, o menino criado para *falar como homem, agir como homem, tomar vergonha na cara* (dizeres presentes no texto que acompanha a figura 47) é constantemente vigiado para que assim se mantenha na vida adulta. Vender produtos de beleza sob a égide desse discurso exige, portanto, extremos cuidados. Tanto é verdade que a marca OX (2015) lançou “o primeiro shampoo masculino que vem em uma garrafa de cerveja”. A narrativa do filme comercial de pouco mais de um minuto e meio de duração é a seguinte: entre as gôndolas de um supermercado, um homem branco, de meia idade, com barba espessa procura um xampu. O narrador, com acentuada voz grave, afirma que os homens se orgulham de muita coisa. Em fundo de cor sólida verde, apresentam-se alguns exemplos: cortar lenha, operar britadeira, trocar lâmpada, abrir uma lata de alumínio, matar uma barata com chinelo e vencer uma queda de braço entre dois competidores musculosos.

Os extremos da performance e da força – como operar maquinário para quebrar concreto e abrir alimento enlatado – evocam o tom de brincadeira que acompanha todo comercial. Ignorando a tradição masculina, desnorteado, a personagem apanha das prateleiras um xampu cor de rosa. Uma criança aponta o dedo para a personagem e ri. Constrangido, ele recua, escondendo o xampu nas costas.

Quadro 8 – Frames de comercial *Shampoo Badass I*



Fonte: YouTube. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=YRtHlbcKTck>>. Acesso em: 07 ago. 2018.

“Até agora”. A voz do narrador faz tudo desaparecer, sob fundo negro. Ilumina-se um refrigerador. A trilha sonora sugere salvação e deslumbre. O homem abre o refrigerador e toma para si o xampu transvestido de cerveja. Acrescenta-se finalidade¹⁴³ ao slogan do produto: “... porque nenhum homem deveria se sentir menos homem na hora de comprar seu xampu”. Vende-se uma brincadeira tão exagerada, tão estereotipada que ninguém deveria levar a sério. Eis o motivo pelo qual se afirmou que o mesmo discurso respeita limites institucionais de acordo com a natureza de sua circulação.

O xampu efeminado cor-de-rosa impõe características aos homens que o utilizam. Os resultados são apresentados em caráter dicotômico, na lógica “antes e depois”. É o caso, por exemplo, do banho. Com o xampu rosa, o homem canta música pop em inglês; com o xampu na garrafa, canta rock com penteado moicano. No vestiário, com o xampu rosa, os homens *seminus* (com toalha de banho enrolada na cintura) falam em coro som característico da desconfiança (o fonema vocálico /o/ prolongado). Com o xampu na garrafa, todos se unem ao grito de guerra. Com o xampu rosa, a mulher que toma o elevador, ri. Com o xampu na garrafa, a mulher sensualiza (morde o lábio e faz contato visual).

Segundo Tamagne (2013), o homossexual é frequentemente percebido como homem fracassado, aquele que falhou no teste da virilidade. Para ser homem, assim, não se deve parecer ou agir de modo a deixar pensar que poderia ser homossexual. “As Injúrias como ‘bicha’, ‘sodomizado’ (*enculé*) [...] funcionam assim como chamamentos à ordem de uma obrigação de virilidade, que é também uma obrigação

¹⁴³ O que, em Gramática tradicional, denomina-se oração subordinada adverbial final (CUNHA; CINTRA, 2008)

de heterossexualidade” (TAMAGNE, 2013, p. 425). O nome do xampu em inglês (*Badass*), de difícil tradução para o português, sugere algo como “valentão” ilustra a norma da qual trata Tamagne (2013). Visualmente, a garrafa de alumínio, com logo invocado em traços icônicos de um touro, contrasta com o xampu rosa. Ser homem é ser mau, inspirar medo e, assim, respeito – ao contrário da outra marca que inspira nada além de vergonha (no meio dos outros) ou feminilidade (na intimidade do banho).

Quadro 9 – Frames de comercial *Shampoo Badass II*



Fonte: YouTube. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=YRtHlbcKTck>>. Acesso em: 07 ago. 2018.

Economia do gesto, controle das posturas e operação de transformação: o dispositivo da tradição faz retornar fórmula do antes e do depois, presente na publicidade brasileira¹⁴⁴ ao menos desde a década de vinte com a propaganda de Biotômico Fontoura (cf. análise anterior, subitem 4.1). O sistema de regularidade,

¹⁴⁴ Cumpre informar que a propaganda da Ox (2011), parte da campanha de lançamento do xampu *Badass* no Brasil, foi traduzida do inglês. O original consta do site: <<http://designculture.com.br/badass-primeiro-shampoo-masculino-em-garrafa-de-cerveja>>. Disponível em: 07 ago. 2018.

además, atualiza a relação entre bebida alcoólica e virilidade (cf. capítulo 1). E, por fim, promete o desejo irrestrito de mulheres que não podem/conseguem se controlar (cf. subitem 4.2). Logo, “efeminado” é oposto ao Homem com agá maiúsculo – natureza de um discurso que atenta contra prerrogativa de dizer a verdade sobre si. Verdade que, conforme discurso, só pode ser uma: ser homem é ingerir bebidas alcoólicas, colocar em risco a própria vida em situações perigosas, dominar equipamentos manuais e eletrônicos e impor sua vontade à força aos demais. Assim, fabricar uma saboneteira, só se for numa garrafa de Vodca; usar xampu específico para homens, só se for em garrafa de cerveja; dar conselho aos amigos, só se resguardado o silêncio.

Tanto nas propagandas quanto nas páginas de redes sociais, cria-se o efeito da *legião de homens especiais*. O grito de guerra é uníssono, seja qual for a campanha – publicitária ou de guerra. O mote é a reunião. Ora, na propaganda da *Old Spice* (2014), analisada anteriormente, após ouvirem “o chamado” do novo desodorante que chega ao Brasil, um grupo sem fim de homens corre em direção a um porto. Para encontrá-los, o selvagem que apanhou o coco da primeira cena atravessa um oceano. A personagem de Malvino Salvador pula de uma moto modelo esportivo e a faz explodir atrás de si para que, dessa forma, não perdesse tempo. Até mesmo uma estátua de feições greco-romanas ganha vida e se junta a eles. No porto, figura misteriosa, escondida sob as sombras, anuncia a boa nova (cf. ANEXO I – cenas 4-7), anuncia que “a missão de Old Spice é trazer de volta o orgulho de ser e cheirar como homem”. E vai além: “o futuro da “homenidade” está em suas mãos”.

A lógica de circulação dos *corpora*, efeito de sensibilidade digital, submetido a regimes de tateabilidade (cf. subitem 2.4), sustenta-se, finalmente, pelo argumento numérico: são muitos o que assim pensam e, portanto, é correto. Rede complexa de regularidades que atravessa o desfecho de comerciais fílmicos em análise, da *Ox Men*, de *O Boticário* e da *Old Spice*:

Quadro 10 – Reunião de homens únicos.



Fonte: YouTube. 1 – Campanha Ox Men Badass (2015); 2 – Campanha Boticário Men (2016); 3 – Campanha Old Spice (2014).

As páginas das redes sociais advertem para os perigos da psicologia, que é capaz de retirar a testosterona (!?) dos meninos. Por sua vez, propagandas televisivas (que circulam na internet), limítrofes à delimitação institucional, apregoam que é permitido/necessário usar perfumes, desodorantes especiais, hidratantes, sabonetes, etc. *desde que* estes recursos sirvam para “pegar” (ou “matar” em sentido metafórico) mulheres. Tem-se, enfim, uma legião de homens únicos que formam minorias não degeneradas, que, no entanto, constituem maioria com forte propósito educacional; propósito sobre o qual reside lógica de difícil apreensão: a virilidade é propriedade que nasce com o menino (porque é natural), mas é fruto de árdua aprendizagem, que afasta a criança da feminilidade (porque é ensinada)¹⁴⁵.

Enquanto sistema de regularidade enunciativa nos *corpora*, as mãos para cima, o grito de satisfação e, em especial, o clamor da reunião sugerem que o homem

¹⁴⁵ “Mas, sobre a masculinidade não podia pairar a menor dúvida, pois era uma sociedade em que o pai informava não o nascimento de um menino, mas que havia nascido um macho. Uma sociedade em que as mães de meninos com muito orgulho diziam “prendam suas frangas que o galo está solto”. Uma sociedade em que o homossexualismo era uma anátema. Ter filho adamado era inimaginável [...]” (SHNOOR, 2013, p. 95). A reconstituição do autor, apesar de ser sobre o Brasil do século XIX, parecem encontrar aqui senso de atualidade.

Homem tenha definitivamente triunfado a guerra. Guerra contra o “mimimi”, o “politicamente correto”, a “ideologia de gênero”, o “socialismo”¹⁴⁶.

Resta recolher os corpos.

¹⁴⁶ Dizeres que assentam lugares comuns em *posts* de páginas de internet analisadas ao longo da pesquisa, que evocam, certamente, memórias sobre espaço de fala, regimes políticos e formas de organização social, acentuadas, na escrita da tese, pelo tom da eleição presidencial do Brasil de 2018. As páginas nas quais coletaram-se esses dizeres constam do quadro referencial da tese (ANEXO I).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como, por que e a que preço, temos nos empenhado em sustentar um discurso verdadeiro sobre o sujeito, sobre o sujeito que não somos, enquanto sujeito louco ou sujeito delinquente, sobre o sujeito que, de modo geral, nós somos enquanto falamos, trabalhamos, vivemos, e enfim sobre o sujeito que, no caso particular da sexualidade, nós somos direta e individualmente para nós mesmos? (FOUCAULT, 2008, p.308).

O homem não pode mais confrontar-se com a realidade imediatamente; não pode vê-la, por assim dizer, frente a frente. A realidade física parece recuar em proporção ao avanço da atividade simbólica do homem. Em vez de lidar com as próprias coisas, o homem está, de certo modo, conversando constantemente consigo mesmo. Envolveu-se de tal modo em formas linguísticas, imagens artísticas, símbolos místicos ou religiosos que não consegue ver ou conhecer coisa alguma a não ser pela interposição desse meio artificial. Sua situação é a mesma tanto na esfera teórica como na prática. Mesmo nesta, o homem não vive um mundo de fatos nus e crus, ou segundo suas necessidades ou desejos imediatos. Vive antes em meio a emoções imaginárias, em esperanças e temores, ilusões e desilusões, em suas fantasias e sonhos. “O que perturba o homem”, disse Epíteto, “não são as coisas, mas suas opiniões e fantasias sobre as coisas” (CASSIRER, 2012, p. 48).

Retomamos a problematização central: tendo em vista que a ordem do discurso vigente pressupõe a equidade dos gêneros, por que, em práticas midiáticas brasileiras contemporâneas, irrompem “antigas” verdades sobre o homem viril, “naturalmente” dominador? A investigação se centrou nas condições de existência e modos de circulação do discurso à luz da prerrogativa foucaultiana, o que implica perguntar “Como foi possível o que é?” e “Quem sou eu hoje?” (CASTRO, 2014). Na pesquisa, o sintagma “prática discurso-midiática” pautou-se na reflexão teórica segundo a qual: 1) a linguagem, no exercício de nomeação e adjetivação do mundo, não é transparente e 2) toda prática, em termos de conduta e gestão de um dado corpo social, sustenta e é sustentada por rede de discursos que atestam, de acordo com os movimentos da história e dos jogos de poder, o que é o certo e o errado, o verdadeiro e o falso, o normal e o anormal, etc. Tais questões estão relacionadas às discussões sobre a dimensão somática, o espaço digital e a representação figurativa do corpo.

Não estando mais num universo puramente físico, o homem vive em um universo simbólico. A linguagem, o mito, a arte e a religião são parte desse universo, são os variados fios que tecem a rede simbólica, o emaranhado da experiência humana. Todo progresso humano em pensamento e experiência é refinado por essa rede: a realidade física parece recuar em proporção ao avanço da atividade simbólica do homem (MOURA, 2000). Toda relação é, nesse sentido, mediada e esse processo de mediação não é, como afirmamos ao longo do estudo, transparente.

A partir dessas observações, Cassirer (2012) procura ampliar a definição clássica da filosofia segundo a qual o homem é *animal rationale*. A racionalidade é traço inerente a todas as atividades humanas, mas é fácil perceber, parafraseando o autor, que ela não cobre todo o campo da cultura. Assim, melhor seria pensar o homem como *animal symbolicum*. Para aprender esse significado, o homem não mais depende somente dos dados concretos dos sentidos, dos dados visuais, auditivos, tácteis e sinestésicos. A função mediadora autônoma que Cassirer (1994) demonstra sobre o símbolo faz pensar que sua significação transcende a posição da passividade e fixidez dos sentidos.

Sob a perspectiva da tese, em Cassirer (2012) e em Foucault (2008), não é possível conceber a “realidade” independente das formas simbólicas nas quais ela se apresenta, “pois a vida real [...] é feita da variedade da riqueza que as formas simbólicas possuem, que são criadas arbitrariamente, assim constituindo a verdade objetiva que é acessível ao homem. Uma verdade que é, em última instância, a forma de sua própria atividade” (MOURA, 2000, p.83). Eis o solo epistemológico que constitui a base para as discussões sobre o paradigma da mediação, bem como a problemática da circulação enunciativa do *corpus* em ambiente virtual, em que pesa questões de sensibilidade digital.

As peças em análise tomaram o corpo como parâmetro no intrincado processo de construção de verdades sociais (que impõe regimes de normalização e de exclusão). Nessas relações, o corpo não pode ser tratado tão somente como suporte passivo, mas como próprio recurso de que a máquina se utiliza para funcionar. A esse respeito recaem as críticas de Braga (2016; 2017) sobre suposto desaparecimento do corpo nos *média*, ponto de vista amparado pela tese muito difundida da extensão e conseqüente amputação do corpo, o qual seria paulatinamente substituído por mecanismos tecnológicos mais eficazes. A relação corpo-médium, nesse sentido,

substitui a base do paradigma clássico ocidental da dicotomia corpo-alma. Sobre essa relação, questionamos: de que forma a circulação enunciativa é afeta a aparelhos tecnológicos que, dada a natureza de seu funcionamento, estão intimamente relacionados ao corpo como espaço de constituição de sentido?

No âmbito dessas discussões, Braga (2016; 2017) compõe o conceito de importação somática em oposição à irreflexiva tese da autossuficiência da máquina. Em certo sentido, a “realidade virtual” sequer existe, na medida em que toda realidade é, essencialmente, material, concreta. Para efeitos de análise, importa pensar como essa lógica do sistema é também “importada” ao jogo do discurso – o espaço do exercício do poder, como diria Foucault (2005). Braga (2017) afirma que o objeto representado não pode ser compreendido como algo a ser substituído por um signo, pois essa perspectiva é redutora. A relação entre sensibilidade digital e representação do corpo põe em causa outro fator: a lógica linear dos sistemas computacionais.

O sistema de processamento de dados de dispositivos máqunicos onde circulam e se assentam as peças analisadas ao longo do texto são alimentados por mecânica estrutural binária de código 0-1, que aceita somente duas possibilidades para qualquer questão: aceso/apagado; certo/errado; ligado/desligado. Essa impossibilidade de subverter lógica da identidade reduz o pensamento abstrato pela eliminação (eficiente) do que é múltiplo e do que é diferente. Não existe o “talvez”, assim como não existe, em termos de estruturas sociais e culturais, o “meio homem”.

Importa destacar que essa relação dual não é novidade trazida pelo desenvolvimento tecnológico do século XX quando da criação dos primeiros computadores. Ao contrário: as máquinas se alimentaram dessas bases, desse legado, dessa herança lógica (BRAGA, 2017). Ao argumento histórico-social que aponta para a questão da emergência do paradigma conservador como espaço do dizível, apontamos um argumento da natureza material: a lógica de um sistema normalizador promove regimes de exclusão de toda sorte pelo próprio funcionamento máqunico do sistema, que constitui condição de possibilidade para emergência e circulação da subjetividade homem Homem.

Essa hipótese de leitura é formulada nos seguintes termos: os processos de mediação estabelecem relação com a dimensão somática (com o corpo). Essa articulação em Braga (2016; 2017) se opõe ao conceito clássico de representação amparada em uma teoria mimética na medida em que, conforme se discutiu

anteriormente, a materialidade operativa “importa” o corpo. É o exemplo do tato em *smartphones* em que a performatividade da mão está subordinada à visualização dos chamados “conteúdos digitais”. Nas mídias digitais, o corpo é explorado a partir de suas reações, cujo regime de conduta, em nossa época, aponta para o primado do toque. Por seu turno, a representação do corpo nos meios digitais tenta apagar o processo importação, assim como apaga o sujeito que opera a máquina. Conforme explica Braga (2017), esse processo de apagamento se dá a partir de duas dinâmicas, a primeira delas é a *simulação do corpo* ou *sublimação* cuja ilusão constitutiva permite ao corpo transcender os limites físicos.

De forma brutal, o corpo pode ser sublimado, dando origem a uma cópia figurativa morfologicamente reconstruída, aprimorada talvez. Braga (2017) alerta certa ambivalência dessa ilusão moderna: o sonho de ultrapassar os limites do corpo impõe a necessidade da resistência reativa do sistema. Desse modo, mesmos os comandos que acionam habilidades extraordinárias, estão subordinados à materialidade (carnal) do toque no teclado ou no écran (BRAGA, 2017). Essa dinâmica acentua, segundo Braga (2017) necessidade de *simular*.

Por seu turno, a segunda dinâmica da representação do corpo no meio digital tem a ver com a *dissimulação*: a negação da importação somática e consequente pressuposição de um corpo originário, independente dos processos tecnológicos de mediação. Ao pressupor “corpo originário”, estabelece-se um ideal absoluto, perfeito do que deve ser o corpo masculino (e o feminino). Ideal que se julgava perdido, ultrapassado, esvaziado, mas que é reatualizado através do médium digital. Obviamente, esse corpo ideal recupera muito da violência associada à identidade de gênero ao retomar imagens exacerbadas de virilidade (assim como feminilidade). Nesse aspecto, evoca-se cultura marcada pela supressão das dimensões do que se ousou, certa vez, chamar de homem (e de mulher). Para Braga (2017), a virilidade e feminilidade estão ligadas ao registro reativo do ser humano e aqui são conectados na/pela operatividade maquínica, que atenta contra patrimônio de críticas e de contestações, mas que é novamente posto em causa.

Estereótipos são invocados porque são extremamente eficazes em *simular*, *dissimular* e, por fim, *negar* a importação somática (que é apagar o registro da máquina) e criar a ideia de que há corpo imediado (que não sofre processo de mediação) – corpo absoluto, sagrado, adâmico por assim dizer. Acrescenta Braga

(2017): tal como a máquina, o corpo é compreendido em suas “funções biológicas originárias”, dicotomizado a partir do digital, o que implica a exclusão da diferença. Esse processo retoma, assim, o binômio: o sim ou não, o gostei ou não gostei (like/dislike), o Homem homem e o homem não Homem. Sintetiza Braga (2017): *o corpo acaba por mimetizar o dualismo em que opera a máquina e, como tal, absorve o registro meramente funcionalista* (BRAGA, 2017). Logo, o digital, em conexão com os fenômenos socioculturais em análise e reduzido a sua lógica dual, é terreno fértil para a negação da existência do outro, retrocesso nas discussões sobre gênero e sedução às respostas simples de um mundo de mocinhos e vilões.

No que diz respeito à organização do estudo, o percurso empreendido no primeiro capítulo tratou da natureza linguística dos *corpora*, muito em função da vinculação aos estudos da linguagem. Buscamos procedimentos, em termos formalistas, que pudessem descrever a relação expressa entre termos referentes, os quais, sob perspectiva da Arqueologia do Saber (2008), mostraram-se lacunares em relação aos propósitos da investigação. Retornar à história, no ponto de contato da língua e dos universos que ela instaura enquanto regime de objetos, conceitos, temas, estratégias e modalidades do dizer, permitiu expandir reflexão sobre a superfície linguística de expressões ligadas umas às outras por mecanismos coesivos e/ou lógicos. Desse modo, o dizer “E eu sou HOMI” está concatenado a uma “constelação discursiva” do qual não é, nem ao menos, “ponta do iceberg”. A recusa do tema da originalidade criadora teve como segundo momento reflexivo a natureza de circulação dos *corpora*, amparado em reflexão sobre sensibilidade digital.

No capítulo dois, o interesse recaiu sobre a corporeidade das assim chamadas mídias digitais. O estudo foi desenvolvido com base em seminário de pesquisa ministrado por Braga (2017) e teve como tema as mídias digitais, as quais constituem campanhas publicitárias televisivas e *posts* de redes sociais (em especial, no trabalho, o *Facebook*). Como reflexão sobre a natureza de circulação enunciativa e apreciação dos nexos somáticos para com o corpo do utilizador dos “novos média”, Braga apresenta um campo imenso de reflexão sobre o discurso, o qual muito há ainda o que se explorar. Para o trabalho, estabelecemos aproximações do conceito de importação somática ao de materialidade repetível, para tratar de regimes de tateabilidade que organizam, redistribuem, fazem compartilhar “conteúdos” em ambiente virtual – lugar em que pensam intrincadas relações de saber/poder –em

oposição à perspectiva segundo a qual o “ciber” (as fantasias transhumanistas) anulariam o contraditório, o diferente, o impreciso, o simbólico representado pelo sujeito sem imperfeições e sem corpo.

As bases teóricas subsidiaram reflexões sobre a constituição da virilidade e do sujeito chamado “homem Homem”, com agá maiúsculo. A natureza linguística do “Seja Homem”, em destaque desde a apresentação do texto, foi detalhada em três práticas discursivo-midiáticas separadas para fins de análise (os capítulos três, quatro e cinco), cujas possibilidades de leitura não se reduzem, certamente, a elas. As escolhas teóricas para seleção e recorte dos *corpora* tiveram por base percepção dos sistemas de regularidade enunciativa.

Assim sendo, *Homem com agá maiúsculo é aquele que treina*. Mobiliza a força muscular (que é a força de vontade) para transformar a si em um estandarte de sucesso. Regido pelo ditame das academias “*no Pain, no Gain*”, mobiliza memórias da cristandade e dos saberes da medicina para excluir, camuflar, desvencilhar-se do fracasso pecaminoso da gordura. Ser gordo é condição que atenta contra a perfeição das formas e contra a própria saúde. Eis a referência à obra cânone e à escultura grega Doríforo, cujos deslocamentos aproximam os modelos greco-romanos às revistas contemporâneas de “bem-estar”.

Homem com agá maiúsculo sustenta a si mesmo e a família. O discurso sobre o sustento, conforme análise, está concatenado ao aspecto belicoso da virilidade - prover e proteger a nação e a família: lógica de guerra, que incita, inevitavelmente, à violência. O passado é parâmetro de inspiração moral, um (retro)horizonte o qual todo homem deve perseguir. A projeção de um passado — claramente idealizado — molda espaços de afirmação do masculino e estabelecem exclusão do sujeito “imprestável”, que valeria menos. Às mulheres, o discurso publicitário reserva descontrolado ante a presença irresistível do poder econômico.

Finalmente, *Homem com agá maiúsculo é aquele que corteja as mulheres*: pega, mata. Obtém sexo apelando à selvageria intrínseca, como um ogro, um lobo mau. Num caso, motivo de causa moral, de necessidade de mais “testosterona” e, por conseguinte, mais “masculinidade” às crianças. Noutro, de brincadeira com os estereótipos que, com elementos que se querem risíveis, joga com sistemas de referência dos homens raros, heterossexuais, machos à moda antiga. O efeminado é parâmetro de afastamento e de perigo, já que feminilização dos homens é um risco

constante – trabalho da esfera da memória que incita a falar de si e da própria sexualidade.

Problematizamos, no estudo, o discurso excludente de virilidade masculina que se materializa em práticas midiáticas brasileiras contemporâneas, as quais emergem e fazem circular padrões imagéticos/linguísticos repetíveis. Esses padrões tomam dados elementos de corporeidade do homem (de verdade), como a postura e olhar, como sistemas regulares que possuem espessura histórica no processo de produção das condutas do belo (desejável, útil e apreciável). Nessa trama enunciativa, associam-se campos do saber aparentemente tão díspares como a religião e a medicina, bem como atravessamento de um discurso econômico que, como tal, presta-se à venda de um produto e de “bons” valores a ele associados.

Se os discursos, como séries de enunciados que caminham juntos, respaldam práticas, há que se considerar os possíveis efeitos da produção da subjetividade “homem de verdade”. Pela positividade das formações discursivas, especulamos que o paradigma conservador (denominado de “dispositivo da tradição”), em função de um dado estado de instabilidades político-sociais do Brasil na contemporaneidade, faz irromper discursos danosos. O adjetivo “danoso” se refere a dizeres e imagens que, de alguma forma, endossem problemas endêmicos como a agressão doméstica contra mulheres, o estupro, o assassinato de homossexuais e a rejeição ao sujeito gordo, para citar alguns exemplos.

A pergunta chave da pesquisa é incômoda: por que (res)surge o homem Homem, subjetividade acompanhada de tanto ranço do passado que, discursivamente, sustenta aspectos lancinantes da cultura brasileira? Por que, após tanta discussão, tanta teorização, tantos exemplos históricos, o discurso de/sobre a dominância masculina assume dianteira como ordem do normal em tópicos de discussões de todo país? Por que trabalhar questões de gênero e de linguagem nas escolas é malvisto por parcela da população que, em nome de candidatos conservadores, sente-se ultrajada com a existência do outro, em especial, do homem efeminado e/ou homossexual? Esse discurso suscita poderes e perigos (FOUCAULT, 2005) na medida em que os enunciados circulam socialmente e respaldam práticas, as quais, tristemente, matam.

Em 2017, levantamento estatístico¹⁴⁷ apontou recorde de mortes por homofobia no Brasil. Naquele ano, 445 lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais (LGBTs) foram mortos em crimes motivados por homofobia. O número representa uma vítima a cada 19 horas. Esse dado está presente em levantamento realizado pelo Grupo Gay da Bahia (GGB), que registrou o maior número de casos de morte relacionados à homofobia desde que o monitoramento anual começou a ser elaborado pela entidade, há trinta e oito anos. O saldo de crimes violentos contra essa população em 2017 é três vezes maior do que o observado há dez anos, quando foram identificados cento e quarenta e dois casos. A organização não governamental *Human Rights* divulgou um relatório a respeito da violação dos direitos humanos no Brasil. O documento destaca que a Ouvidoria Nacional dos Direitos Humanos recebeu setecentas e vinte e cinco denúncias de violência, discriminação e outros abusos contra a população LGBT somente no primeiro semestre de 2017.

Nomeadamente, em 2017, garoto teve fígado dilacerado pelo pai, que não admitia que criança gostasse de lavar louça. O menino, de 8 anos, era espancado repetidas vezes para aprender a “andar como homem”¹⁴⁸. Em 2011, rapaz gay de 17 anos foi torturado e assassinado por três garotos, estrangulado com a própria camiseta¹⁴⁹. Também em 2017, jovem homossexual de 17 anos, foi espancado e esfaqueado pela própria mãe e padrasto que, em seguida, incineraram seu corpo¹⁵⁰. Levado aos extremos da inaceitação do outro, o dizer “Seja Homem” é nefasto.

Dado seu interesse em tratar dos sujeitos marginalizados, Foucault questiona, conforme epígrafe, por que e a que preço temos nos empenhado tanto em produzir um discurso verdadeiro sobre o sujeito que *não* somos. Em outros termos: há grande dificuldade de se aceitar condutas desviantes a determinados padrões de certo e de errado que tendem a serem ajustadas, enquadradas, normalizadas até que, eventualmente, desapareçam. Há que se eliminar o diferente em nome de um regime

¹⁴⁷ Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2018-01/levantamento-aponta-recorde-de-mortes-por-homofobia-no-brasil-em>>. Acesso em: 19 ago. 2018

¹⁴⁸ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/menino-teve-figado-dilacerado-pelo-pai-que-nao-admitia-que-crianca-gostasse-de-lavar-louca-11785342#ixzz5OeP9Yn8c>/ Acesso em: 19 ago. 2018

¹⁴⁹ Disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2011/08/caso-alexandre-ivo-mae-de-adolescente-morto-em-crime-homofobico-no-rio-luta-por-justica> Acesso em: 19 ago. 2018

¹⁵⁰ Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/noticia/2017/01/adolescente-diz-em-depoimento-que-viu-mae-esfaquear-filho-no-pescoco.html>>. Acesso em 19 ago. 2018.

de verdade fechado em relação às diversas formas de expressão do ser (que se reduzem a uma só): Seja homem!

“Seja homem”, todos mandavam,
e eu me encolhia só de medo:
o masculino e sua clava
me atormentavam desde cedo.

Mas não tinha nascido eu homem?
Não se estampava em mim o selo?
Senão, o que era aquele nome
que me ecoava desde o espelho?

Na escuridão da inocência
se aprofundava a cicatriz
perpetuada pela crença
de que me bastava ser feliz.

Marcos Bagno

REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. 5ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? In: **O que é contemporâneo? e outros ensaios**. Trad. Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó, SC: Argos, 2009.
- ALDERSEY-WILLIAMS, Hugh. **Anatomias**. Trad. Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Record, 2016.
- ALIGHIERI, Dante. **A Divina Comédia**. Trad. Hernâni Donato. São Paulo: Abril Cultural, 1981.
- ALVES, Alexandre. A crítica de ponta-cabeça: sobre a significação de Kant no pensamento de Foucault. **Revista Trans/Form/Ação**. São Paulo, 30 (1), 2007 (p.25-40).
- ANDOIN-ROUZEAU, Stéphane. Massacres – O corpo e a guerra. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (coords). **História do corpo: as mutações do olhar: o século XX**. Petrópolis: Vozes, 2011.
- BAUBERÓT, Arnaud. Não se nasce viril, torna-se viril. In: CORBAIN, Alain [et al]. **História da Virilidade** – 3. A virilidade em crise? Trad. Noeli Correria [et al]. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. (p. 116-153).
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor, 2011.
- BARROS, Diana Pessoa de. A comunicação humana. In: FIORIN, José Luiz (org.). **Introdução à linguística: I. objetos teóricos**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2004 (p. 25-53).
- BENTES, Anna Christina. Linguística textual. In: MUSSALIN, Fernanda; _____ (orgs.). **Introdução à linguística: domínios e fronteiras**. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2003 (p. 245-287).
- BERGER, John. **Modos de ver**. Trad. ALENTO, Lúcia. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.
- BRAGA, Joaquim. Corpo, mediação, tecnologia. Introdução ao conceito de importação somática. In: HASHIGUTI, Simone Tiemi; MINEO, Tagata William (orgs.). **Corpos, imagens e discursos híbridos**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2016 (p.171-188).
- _____. A medialidade simbólica da imagem no mundo mítico-religioso. In: JORGE, Vítor Oliveira; MACEDO, José M. da Costa (orgs.). **Crenças, religiões e poderes: dos indivíduos às sociabilidades**. Porto, PT: Edições Afrontamentos, 2008 (p.65-74).
- _____. Patologia da sequencialidade. Da interpretação entre estruturas do pensamento e meios de transmissão do conhecimento. **DEDiCA**. Revista de Educação e Humanidades, vol. 8, 2015. (p.15-25).

_____. **Seminário**. Sensibilidade Digital: Corpo, Imagem, Tecnologia. Coimbra-PT: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, maio-jun., 2017.

_____. **Símbolo e cultura**. Coimbra, PT: Grácio Editor, 2014. (Coleção Poiesis: 3).

_____. Mediação e exemplificação: da discursividade da chamada “arte interativa”. In: TASSO, Ismara; OLIVERIA, Valéria (orgs.). **Domínios e dispositivos técnicos, tecnológicos e das tecnologias e(m) discurso**: a formação dos conceitos. 1ª ed. Campinas, SP: Pontes, 2015. (p.129-147).

BRAND, Christine. A virilidade no espelho das mulheres. In: CORBAIN, Alain [et al]. **História da Virilidade – 3**. A virilidade em crise? Trad. Noeli Correria [et al]. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. (p. 116-153).

BRASIL, Governo do. **Conheça as principais lutas e conquistas das mulheres**. Disponível em: < <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2017/03/conheca-as-principais-lutas-e-conquistas-das-mulheres> >. Acesso em 18 out. 2017.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Trad. Maria Helena Kuhner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2016.

BURKE, Peter. **Testemunha ocular**: história e imagem. Trad. Vera Maria Xavier dos Santos. Bauru, SP: EDUSC, 2004. (Coleção História).

CAMPOS, Raquel Discini. A educação do corpo feminino no Correio da Manhã (1901-1974): magreza, bom gosto e envelhecimento. In: Revista **Cadernos Pagu** 45 (jul. dez., 2015).

CAROL, Anne. A virilidade diante da medicina. In: CORBAIN, Alain [et al]. **História da Virilidade – 3**. A virilidade em crise? Trad. Noeli Correria [et al]. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. (p. 35-81).

CASSIRER, Ernest. **Ensaio sobre o homem**. Uma introdução a uma Filosofia da Cultura Humana. Trad. Tomás Rosa Bueno 2ª ed. São Paulo: Editora WWF Martins Fontes, 2012 (Biblioteca do pensamento moderno).

CASTRO, Eduardo. **Introdução a Foucault**. Trad. Beatriz de Almeida Magalhães. 1. Ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014 (Filô/Margens).

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Domineque. **Dicionário de análise do discurso**. Trad. Fabiana Komesu (org.). 2 ed. São Paulo: Contexto, 2008.

CHAPOUTOT, Johann. Virilidade fascista. In: **História da Virilidade – 3**. A virilidade em crise? Trad. Noeli Correria [et al]. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. (p. 335-363).

CORBAIN, Alain. A virilidade reconsiderada sob o prisma do naturalismo. In: CORBAIN, Alain [et al]. **História da Virilidade – 2**. O triunfo da virilidade: o século XIX. Trad. João Batista Kreuch e Noéli Correia de Melo Sobrinho. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. (p.7-12).

COURTINE, Jean-Jacques. Impossível virilidade. In: In: CORBAIN, Alain [et al]. **História da Virilidade** – 3. A virilidade em crise? Trad. Noeli Correria [et al]. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. (p. 7-12).

_____; HAROCHE, Claudine. **História do rosto**: exprimir e calar emoções: (do século 16 ao começo do século 19. Trad. Marcus Penchel. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder** - uma análise da mídia. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

CUNHA, Celso; CINTRA, Luís F. Lindley. **Nova gramática do português contemporâneo**. 5 ed. Rio de Janeiro: Lexikon, 2008.

DAVALLON, Jean. A imagem, uma arte de memória. In: ARCHAND, Pierre (Org.). **Papel da memória**. 3 ed. Trad. e introdução NUNES, Jose Horta. Campinas: Pontes, 2011. (p. 23-32)

DEL VICARIO, Michaela [et al]. **The spreading of misinformation online**. Disponível em: < <https://www.pnas.org/content/early/2016/01/02/1517441113.abstract>>. Acesso em 26 jan. 2019.

DELEUZE, Gilles. Rachar as coisas, rachar as palavras. In: _____. **Conversações**. Trad. Peter Pál Pelbart. São Paulo: Editora 34, 1992. (Coleção Trans).

DRÉVILLON, Hervé. Do guerreiro ao militar. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (coords). **História da virilidade**: A invenção da virilidade – da antiguidade às luzes. Trad. Francisco de Morás. Petrópolis: Vozes, 2013 (p.334-372).

DIAS, Adriana. **Entre inimigos**: a construção do “mal” nos grupos neonazistas. Disponível em: <http://www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD_Virtual_26_RBA/grup>

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. Trad.: Pérola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 1987. (Coleção debates).

_____. **Como se faz uma tese em ciências humanas**. Trad. Ana Falcão Bastos; Luís Leitão. 13ª ed. Lisboa: Editorial Presença, 2007.

_____. **A História da beleza**. Trad. Eliana Aguiar. 3 ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.

_____. **A História da feiura**. Trad. Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2014.

_____. **O fascismo eterno**. Trad. Eliana Aguiar. 1 ed. Rio de Janeiro: Record, 2018.

FARHI NETO, León. **Biopolíticas: As formulações de Foucault**. Florianópolis: Cidade Futura, 2010.

FERREIRA, Guilherme Gomes. Conservadorismo, fortalecimento da extrema-direita e a agenda da diversidade sexual e de gênero no Brasil contemporâneo. *Revista Lutas Sociais*, São Paulo, vol. 20, n. 36, p. 166-178, jan./jun. 2016.

FIMIANI, Mariapaola. O verdadeiro amor e o cuidado comum do mundo. In: Grós, Frédéric (org.). **Foucault** – a coragem da verdade. Trad. Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2004 (p. 131-153).

FISHER, Rosa Maria Bueno. Foucault e o desejável conhecimento do sujeito. *Revista Educação e Realidade*. 24(1): 39-59. (jan/jun, 1999).

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade 3** – O cuidado de si. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque e J.A. Guilhon Albuquerque. Edições Graal, 1985.

_____. **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. Trad. Salma Tannus Muchail. 8 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1987 (Coleção tópicos).

_____. **História da Sexualidade 1**- A vontade de saber. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque e J.A. Guilhon Albuquerque. 13ª ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

_____. Verdade e subjetividade (Howison Lectures). **Revista de Comunicação e Linguagem**. No 19. Lisboa: Edições Cosmos, 1993 (p.203-223).

_____. **Os anormais**: curso no Collège de France (1974-1975). Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

_____. **A ordem do discurso**. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 25ª. Ed. São Paulo: Layola, 2005.

_____. **A hermenêutica do sujeito**. Trad. Márcio Alves da Fonseca; Salma Tannus Muchail. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

_____. **Arqueologia do Saber**. Trad. de Luiz Felipe Baeta Neves, 7ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

_____. **Em defesa da sociedade**: curso no Collège de France (1975-1976). Trad. Maria Ermantina Galvão. 2ª ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010. (Coleção obras de Michel Foucault).

_____. **O Corpo Utópico, As Heterotopias**. São Paulo: n-1 publications, 2013.

_____. **Vigiar e punir** – nascimento da prisão. Trad. Raquel Ramallete. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.

_____. Poder-corpo. In: _____. **Microfísica do poder**. Revisão técnica Roberto Machado. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015a. (p.234-243).

_____. Genealogia e poder. In: **Microfísica do poder**. Revisão técnica Roberto Machado. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015b (p.262-255).

_____. **Retornar à história** – conferência proferida na Universidade de Keio (9 out. de 1970). Texto estabelecido a partir de um datilograma revisto por M. Foucault. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/302678260/Retornar-a-historia-Foucault>. Acesso em 05 jan. 2017.

_____. **De outro espaços** – conferência proferida no Cercle d'Études Architecturales (14 de março, de 1967). Disponível em: < <http://escolanomade.org/wp-content/downloads/foucault-de-outros-espacos.pdf>>. Acesso em: 03 jan. 2019.

GÉLIS, J.. O corpo, a igreja e o sagrado. In: Corbin, A.; COURTINE, J.; VIGARELLO, G. (orgs.). **História do corpo**: da Renascença às Luzes. Trad. Lúcia M. E. Orth. 4ª ed. Petrópolis: Vozes, 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002. Revisão técnica Roberto Machado. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

GOLDIE, DAVID [et al]. **Using bibliometric and social media analyses to explore the “echo chamber” hypothesis**. Disponível em: < <http://epx.sagepub.com/content/28/2/281>>. Acesso em 26 jan. 2019.

ILARI, Rodolfo; GERALDI, João Wanderley. **Semântica**. 10ª ed. São Paulo: Ática, 2003.

IZEKSOHN, Vitor. Quando era perigoso ser homem. Recrutamento compulsório, condição masculina e classificação social no Brasil. In: PRIORE, Mary del; AMANTINO, Marcia (orgs.). **História dos homens no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, 2013 (p. 267-297).

JABLONKA, Ivan. Infância ou a “viagem rumo à virilidade”. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. Trad. João Batista Kreuch e Noéli Correia de Melo Sobrinho. **História da Virilidade II** – O triunfo da virilidade: o século XIX. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013 (p. 37-73).

JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. Trad. Izidoro Blikstein e José Paulo Paes. Ed. 24. São Paulo: Cultrix, 2007.

KRAUSE, Roberta Fleck Saibro. “Zelando o ouro produzido no passado”: escavando constructos de memória da publicidade audiovisual a partir do site Propagandas Históricas. **Dissertação** (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, RS. 2017.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Ireneu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999 (Coleção Trans).

LIMA, Luiz Costa. **Vida e mimeses**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1995.

MACHADO, Roberto. **Nietzsche e a verdade**. São Paulo: Editora Graal, 1999.

- _____. **Foucault: a ciência e o saber.** 3 ed. Rio de Janeiro: Jorje Zahar Ed., 2006.
- _____. Introdução – Por uma genealogia do poder. In: FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder.** 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- MANGUEL, Alberto. **Lendo Imagens: uma história de amor e ódio.** Trad. Rubens Figueiredo [et al]. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- MARTINS, Helena. Três caminhos na filosofia da linguagem. In: MUSSALIM, Fernanda e BENTES, Anna Christina. **Introdução à linguística: fundamentos epistemológicos.** 2ª ed. São Paulo: Cortez, 2005.
- MELO, Vitor Andrade de. **Novas performances públicas masculinas: o esporte, a ginástica, a educação física (século XIX).** In: PRIORE, Mary; AMANTINO; Marcia (orgs.). **História dos homens no Brasil.** São Paulo: Editora Unesp, 2013.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** Trad. Délcio Pignatari. São Paulo: Editora Cultrix, 2001.
- MOURA, Marinaide Ramos. O simbólico em Cassirer. In: **Ideação**, Feira de Santana, n. 5, jan/jul, 2000 (p.75-85).
- MUCHEMBLED, Robert. **Uma história da violência – do final da Idade Média aos nossos dias.** Lisboa: Edições 70, 2014.
- MÜLLER, Ana Lúcia de Paula; VIOTTI, Evani de Carvalho. Semântica Formal. In: FIORIN, José Luís (org.). **Introdução à linguística II: princípios de análise.** 5 ed. São Paulo: Contexto, 2011.
- NEIVA, Renata Maria de Oliveira; CAMPOS, Raquel Discini. A feira de utilidades de Clarice Lispector/Helen Palmer e a educação das mulheres no Correio da Manhã (1959- 1961). Revista **Cadernos de História da Educação – v.13, n.2 (jul./dez., 2014).**
- NOLASCO, Sócrates. **De Tarzan a Homer Simpson: banalização e violência masculina em sociedades contemporâneas ocidentais.** Rio de Janeiro: Rocco, 2001. (Gênero Plural).
- NOVAES, Joana de Vilhema. Beleza e feiura: corpo feminino e regulação social. In: PRIORE, Mary del; AMANTINO, Marcia. (orgs). **História do corpo no Brasil.** São Paulo: Editora Unesp, 2011.
- OLIVEIRA, Anderson José Machado de. Corpo e santidade na América Portuguesa. In: PRIORE, Mary del; AMANTINO, Marcia. (orgs). **História do corpo no Brasil.** São Paulo: Editora Unesp, 2011.
- PERINE, Marcelo. Mito e filosofia. **Philosophos – Revista de Filosofia (UFG),** Goiânia, v.7, n.2, p. 35-56, 2002.

PIETROFORTE, Antonio Vicente Seraphim; LOPES, Ivã Lopes. Semântica Lexical. In: FIORIN, José Luís (org.). **Introdução à linguística II: princípios de análise**. 5 ed. São Paulo: Contexto, 2011.

PILLON, Thierry, Virilidade operária. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (coords). **História da virilidade: a virilidade em crise?: o século XX e XXI**. Trad. Noélia Correia de Mello Sobrinho [et al]. Petrópolis: Vozes, 2013 (p.364-393).

POULAIN, Jean-Pierre. **Sociologia da Obesidade**. Trad. Cecília Prada. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2013.

PONTACARRERO, Vera. Os limites da vida: da biopolítica aos cuidados de si. In: JÚNIOR, Durval Muniz de Albuquerque; VEIGA-NETO, Alfredo; FILHO, Alípio de Souza (orgs.). **Cartografias de Foucault**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008. (Coleção Estudos Foucaultianos).

PRADEAU, Jean-François. O sujeito antigo de uma ética moderna. In: Grós, Frédéric (org.). **Foucault – a coragem da verdade**. Trad. Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2004 (p. 131-153).

PRIORE, Mary del; AMANTINO, Marcia (orgs.) **História dos homens no Brasil**. São Paulo: Editora UNESP, 2013

QUATTROCIOCCHI, Walter [et al], **Echo Chambers on Facebook** (Junho de 2016). Disponível em: <SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2795110> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2795110>> Acesso em: 26 jan. 2019.

REBOUL, Olivier. **Introdução à retórica**. Trad. Ivone Castilho Benetti, São Paulo: Martins Fontes, 2004. (Justiça e Direito).

REIS, Ramon Pereira dos. "Eu tenho medo de ficar afeminado": performances e convenções corporais de gênero em espaços de sociabilidade homossexual. **Revista do NUFEN**, versão On-line ISSN 2175-2591.vol.4 no.1 São Paulo jun. 2012

REVEL, Judith. **Dicionário de Foucault**. Trad. Anderson Alexandre de Silva. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2011.

ROCHA, Tacia. Professor Por Vir: Práticas de Subjetivação e(m) Inovação. 2017. **Dissertação** (Mestrado em Letras) - Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2017.

RODRIGUES, Nuno Simões; A nudez do guerreiro grego. In: **Humanitas** (63), 2011 (p. 201-216).

SAGAN, Carl. **Bilhões e bilhões na virada do milênio**. Trad. Rosaika LK. São Paulo: Editora Schwarcz Ltda, 1997.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Masculinidade e virilidade entre a *Belle Époque* e a República. In: PRIORE, Mary del; AMANTINO, Marcia (orgs.). **História dos homens no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

_____. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SARTRE, Maurice. Virilidades gregas. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Ed.) **História da Virilidade** – Volume 1: A invenção da virilidade. Da Antiguidade às Luzes. Petrópolis: Vozes, 2013,

SCHNOOR, Eduardo. “Riscando o chão”: masculinidade e mundo rural entre a Colônia e o Império. In: PRIORE, Mary; AMANTINO; Marcia (orgs.). **História dos homens no Brasil**. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

SCHWARCZ, Lilian Moritz; STARLING, Heloisa Manguel. **Brasil: uma biografia**. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

SCRUTON, Roger. **Como ser um conservador**. Trad. Bruno Garshagen; Márcia Xavier de Brito. 1ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2015.

SILVA, Francisco Viera da; LEITE, Francisco de Freitas. A invenção do lumbersexual: memórias de uma virilidade perdida? Revista **Acta Scientiarum**. Language and Culture. Maringá, v. 38, n. 2. Abr.-Jun. 2016 (p.207-216).

SHRYOCK, Haroldo. **O môço e seus problemas**. São Paulo: Casa Publicadora Brasileira, 1969.

SOARES, Alexandre Ferrari. A homossexualidade e a AIDS no imaginário de revistas semanais (1985-1990). In: Revista **Fragmentum**, n. 29, parte I. Laboratório de Corpus: UFMS (abr.-jun., 2011).

TAMAGNE, Florence. Mutações homossexuais. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (coords). **História da virilidade: a virilidade em crise?: o século XX e XXI**. Trad. Noélia Correia de Mello Sobrinho [et al]. Petrópolis: Vozes, 2013 (p.424 -453).

TASSO, Ismara. Discurso em imagem: verdade, fotografia-documentário e inventário do real. **Revista Científica em Curso**. Palhoça, SC, v.2, n.2, p.113-124, jul./dez. 2013.

_____. Corpos em vigília sob regimes do dizer e do olhar e da técnica e da tecnologia biopolítica e cinematográfica. In: _____. OLIVEIRA, Valéria (orgs.). **Domínios e dispositivos técnicos, tecnológicos e das tecnologias e(m) discurso: a formação dos conceitos**. Campinas-SP: Pontes Editores, 2015. Coleção Linguagem & Sociedade, v.12.

THOMASSET, Claude. O medieval, a força e o sangue. In: CORBAIN, Alain [et al]. **História da Virilidade** – 1. A invenção: da Antiguidade às Luzes. Trad. Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.(p.153-201).

THUILLIER, Jean-Paul. Virilidades romanas: *vir*, *virilitas*, *virtus*. In: CORBAIN, Alain [et al]. **História da Virilidade – 1**. A invenção: da Antiguidade às Luzes. Trad. Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

VEIGA-NETO, Alfredo. **Foucault & a educação**. 3 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

VEYNE, Paul. **Foucault – o pensamento, a pessoa**. Trad. Luís Lima. Lisboa: Albin Michel, 2008.

VIGARELLO, Georges Treinar. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; _____ (coords). **História do corpo**: as mutações do olhar: o século XX. Petrópolis: Vozes, 2011.

_____. As metamorfoses do gordo: a história da obesidade no Ocidente – da idade Média ao século XX. Trad. Marcus Penchel. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

_____. Virilidades esportivas. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (coords). **História da virilidade**: a virilidade em crise?: o século XX e XXI. Trad. Noélia Correia de Mello Sobrinho [et al]. Petrópolis: Vozes, 2013a.

_____. A virilidade, da Antiguidade à Modernidade. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (coords). **História da virilidade**: A invenção da virilidade – da antiguidade às luzes. Trad. Francisco de Morás. Petrópolis: Vozes, 2013b.

VILLA, Marco Antonio. **A história em discursos**: 50 discursos que mudaram o Brasil e o mundo. São Paulo: Planeta, 2018.

ANEXO I – BREVE DESCRIÇÃO DE SEQUÊNCIA FÍLMICA POR FRAMES DE “O CHAMADO”, OLD SPICE (2014)

FRAME 1: 0’0 - 0’6



Homem caucasiano jovem, em uma ilha deserta, depara-se com um coqueiro. Com um chute, derruba um coco. Rompe a parte de cima da fruta com um golpe certo de caratê. Antes de tomar da água de coco, ouve um som sibilado (o chamado).

Tomada de câmaras: plano aberto - tronco desnudo e paisagem. Primeiro plano - rosto.

FRAME 2: 0’7 - 0’14



Homem caucasiano jovem chega a uma festa de gala em carro de luxo acompanhado por duas mulheres (uma loira e uma morena) com dotes físicos atrativos. O carro passa por cima de uma poça de lama. Ele as protege com o paletó (que não se suja). Ouve o som sibilado.

Tomada de câmaras: plano aberto - carro, estacionando. Plano fechado - torso do homem acompanhado pelas mulheres. Primeiro plano: rosto.

FRAME 3: 0'15 - 0'20



Homem caucasiano de meia-idade (ator de novelas Malvino Salvador), em um jantar romântico, toma em mãos um lança-chamas para acender a vela no centro da mesa. Aproxima-se da parceira de forma sensual para beijá-la, mas é interrompido pelo som sibilante.

Tomada de câmeras: plano aberto – cozinha/sala de jantar. Plano fechado - casal. Primeiro plano – rosto.

FRAME 4: 0'20 - 0'30



Homem caucasiano de meia-idade (ator de novelas Malvino Salvador) persegue o som sibilante (o chamado) com uma moto de modelo esportivo. Junta-se a ele uma infinidade de outros homens (em sua maioria altos, jovens e caucasianos), um dos quais conduzindo um carro Mustang vermelho. Uma estátua masculina de feições greco-romanas ganha vida e os acompanha. Todos eles rumam a um porto.

Tomada de câmeras: Plano aberto: homens rumando ao porto.

FRAME 5: 0'31 - 0'37



Diferentes homens rumam ao porto, atendendo ao chamado (representado pelo som sibilante). Um lutador com equipamento de treino de Muaythai ganha a frente dos demais. A personagem da primeira cena atravessa o oceano com o coco para fora d'gua e emerge no litoral.

Tomada de câmeras: plano aberto - paisagem e personagens.

FRAME 6: 0'38 - 0'41



A personagem principal (representada pelo ator de novelas Malvino Salvador), ao chegar ao porto para atender ao chamado, abandona sua moto, que, na sequência explode. Tomada de câmeras: plano fechado.

FRAME 7: 0'42 – 0'51



Já reunidos no porto, figura misteriosa em barco *Old Spice* lança à multidão o novo desodorante do homem Homem. A personagem principal o apanha.

Tomada de câmeras: plano aberto – multidão dos homens. Plano fechado – Salvador recebe o desodorante.

FRAME 8: 0'52 – 0'55



Os homens (Homens) comemoram a chegada do desodorante e a reunião dos homens únicos. Há um enquadre de músico. É o único homem idoso do comercial.

Tomada de câmeras: plano fechado – homens do comercial. Plano aberto – multidão.

FRAME 9: 0'56 - 1'20''



Cena final, que destaca desodorante sobre ancoradouro do navio. Nos minutos finais, no vídeo disponível no *YouTube*, colocam-se links para os demais vídeos da marca.

ENUNCIADO LINGUÍSTICO

FRAME 2: Vocês são os sobreviventes de uma espécie em extinção: o homem Homem.

FRAME 3: O homem que sabe como incendiar um encontro.

FRAME 4: O homem que sempre chega lá, não importa como.

FRAME 5: A missão de Old Spice é trazer de volta o orgulho de ser e cheirar como homem.

FRAME 7: O futuro da “homenidade” está em suas mãos. Chegou Old Spice: o desodorante do homem Homem.

FRAME 8: O único com partículas de cabra-macho.

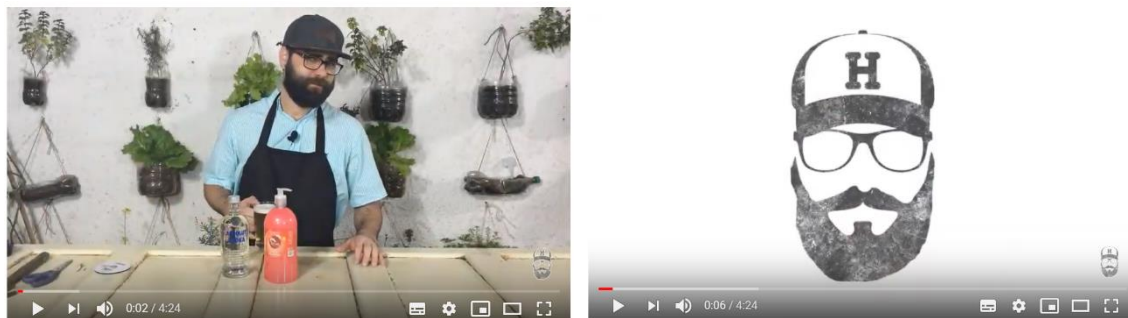
FRAME 9: Atenda ao chamado, (*momento de hesitação*) se for homem. (*Multidão*): cabra-macho).

FICHA TÉCNICA: Agência: Grey Brasil. Cliente: P&G. Produto: Old Spice. Título: O Chamado. Duração: 60, 30, 5. Direção de criação: Mariangela Silvani, Sergio Fonseca. Criação: Mariangela Silvani, Sergio Fonseca, Fabio Barbato, Luis Ulrich, Leonardo Russo. Atendimento: Renato Fischer, Flavia Monte. Planejamento: Raquel Messias, Carolina Silva. Mídia: Davi Monteiro, Viviana Maurman. RTVC: Moema Porro, Fabíola Camilo, Ian Inglez/ Produtora: BossaNovaFilms. Direção: Fabio Soares. Produção executiva: Eduardo Tibiriça Machado. Produção: Equipe BossaNovaFilms. Atendimento produtora: Priscila Miranda / Natalia Pinheiro. Direção de fotografia: Raph Christian Strelow. Montagem: Marcio Hashimoto. Computação Gráfica: ClanVFX. Finalização: ClanVFX/ Produtora de som: eNOISE. Maestro: Oswaldo Sperandio. Gravação e Mixagem: Plínio Hessel. Sound Design: Plínio Hessel e Otavio Bertolo. Locutor: Marco Antônio Soares da Costa. Atendimento: Rodrigo Prado. Aprovação cliente: José Alberto Derlon, Isabel Pimentel. Mês de produção: Dezembro/2013. Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/marketing/old-spice-estrea-no-brasil-acendendo-vela-com-lanca-chamas/>> Acesso em: 24 fev. 2019.

OBSERVAÇÃO: cumpre destacar que o recorte dos vídeos utilizou como critérios os objetivos analíticos do trabalho e não critérios técnicos, próprios do estudo da cinematografia. Manteve-se a barra vermelha para localizar o leitor quanto ao tempo do vídeo. Sobre a questão da planificação no cinema, ver: NOGUEIRA, Luiz. **Manual de Cinema III** – Planificação e montagem. Covilhã: LabCom Books, 2010 (Estudos da Comunicação). Sobre os principais enquadres e planos, ver < <http://www.primeirofilme.com.br/site/o-livro/enquadramentos-planos-e-angulos/>>. Acesso em 15 fev. 2016.

ANEXO II - BREVE DESCRIÇÃO DE SEQUÊNCIA FÍLMICA POR FRAMES DE “HOMI - EPISÓDIO 5 - SABONETEIRA COM GARRAFA DE VODCA”, YOUTUBE (2016)

FRAME 1: 0'00 - 0'14



Youtuber se apresenta. Segura uma caneca de chopp, que está sobre a mesa. Leva ao rosto para tomar um golo. Aparece a vinheta do canal.

Enunciado linguístico: E aí, galera da internet! Sentiram a minha falta? Eu sou Bruno Cardoso e eu sou HOMI.

FRAME 2: 0'15 – 1'14



Youtuber reclama do “bigode de cerveja”. Apresenta a proposta do vídeo. Pega a garrafa de vodca e simula tomar todo o conteúdo de uma só vez, eventualmente cuspiendo. Acompanha-se a cena ao som de acordes de rock americano.

Enunciado linguístico: no vídeo de hoje (*som de censura*), bigode de cerveja, no vídeo de hoje, eu vou mostrar para você como transformar uma garrafa de vodca e um sabão líquido

em uma coisa só, aliás, então vai ser uma saboneteira líquida numa garrafa de vodca, mas pode ser uma garrafa de uísque, eu joguei na internet com Jack Daniels, eu achei legal. Pode usar a garrafa que você quiser, eu optei por essa garrafa de vodca, porque é um Absolut que eu achei super bonitinho e eu acho que vai dar uma saboneteira muito bonita, tá!? A cor do sabão faz diferença, por quê? Porque a garrafa vai ficar dessa cor. Eu fiquei com o cor de rosa, porque era o que tinha o cheiro melhor, mas imagina só você vai receber a galera em casa, vai receber alguém em casa e a pessoa entra no teu banheiro e a saboneteira é uma garrafa de vodca... Olha só que legal! Então vamos lá: primeiro passo que você tem que fazer é, é óbvio, é beber a garrafa de vodca, né!? Quem tem dúvida!? Ou vai desperdiçar isso tudo!? Vai jogar no lixo? Não, né!? Então, bora beber!

FRAME 3: 1'14- 2'14



Youtuber simula embriaguez. A tela se apaga em barras laterais coloridas, como nos vídeos antigos, gravados à filmadora analógica. Reestabelecido, prossegue a lição. Fala ao público, transferindo o conteúdo de uma garrafa para outra. Quando encerra, o mesmo acorde sonoro identificado como rock americano, conduz à próxima cena.

Enunciado linguístico: (voz simulando embriaguez) Primeiro passo foi dado e (inaudível). E aí, galera da internet! Meu nome é Bruno Cardoso. Ah não, eu já falei isso, né!? Ah é! Então: já bebemos a garrafa de ... Voltando aqui, segundo passo, desculpa. Então já bebeu a garrafa de vodca, né!? Não vai desperdiçar, porque a vodca é cara. Então, vamos lá começar a montar a nossa saboneteira. Tirou a tampa! Vai fazer o mesmo procedimento aqui ó, na embalagem de sabão em pó (som estridente que sugere erro), e vamos transferir de uma garrafa para outra. Sabe aquela da Spice Girls (cantando em inglês) “when two become one”? Mais ou menos assim, ó! Vamos lá? (Acorde de rock).

FRAME 5: 2'15- 2'44



Youtuber dá algumas recomendações finais antes de encerrar a lição.

Enunciado linguístico: Prontinho, enchemos aqui essa garrafa. É importante não enchermos até o bico, porque a hora em que for colocar o bico, o que vai acontecer? Vai acabar babando. Nada mais simples! Agora ó, coloca o bico, dá uma rosqueada. Travou! Lindo! Tá pronta sua garrafa de vodca! Quer beber!? (som estridente que sugere erro) Aí não, vai beber sabão, pelo amor de Deus! Quer testar, ó! Opa, pera aí! Quer testar? Olha só que beleza! Sabão líquido! Agora é só lavar a mão.

FRAME 6: 2'44-3; 52



Em outro ambiente, agora no banheiro, youtuber encerra o vídeo. Antes pede para que os seus expectadores deem um “joia” em seu canal.

Enunciado linguístico: Prontinho! Já fizemos a nossa saboneteira. Agora a gente vai testar e como é que a gente testa uma saboneteira? Lavando a mão, não é isso!? Vamos lá, lavar a mão. E vamos utilizar, ó! (Som eletrônico de palmas) a nossa saboneteira feita com garrafa de vodca. Olha só como ela ficou bem legal, bem legal, bem legal! Uma coisa que não falei no vídeo é que a tampa da garrafa de vodca: o que eu faço com ela? Jogo fora? Não, não joga. Você pode utilizá-la para tampar justamente o quê!? O que sobrou do sabão, que você vai utilizar de refil para você encher sua saboneteira vezes futuras por aí, que virão. Então é isso, galera, curtam aqui a página do *Instagram*, no *Facebook*, no *Twitter*, acessem sempre www.homi.com.br. Espero que você tenha gostado. E o mais importante, inscreva-se aqui no canal do *YouTube*, dá um joinha nesse vídeo e até a próxima!

FRAME 7: 3'56 – 4'23:

Duas cenas contendo erros de gravação.

Tomada de câmera: câmara fixa, que foca, em plano semi-aberto o youtuber e sua mesa de trabalho. Ao final, câmara fixa em plano semi-aberto para o banheiro, o rosto do youtuber e a saboneteira ao fundo.

Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=l1h3zDi1_pc>. Acesso em 24 fev. 2019.

ANEXO III – QUADRO ENUNCIATIVO DESENVOLVIDO A PARTIR DE INFORMAÇÕES COLETADAS NO FACEBOOK

NOME	TOTAL DE CURTIDAS	SEGUIDORES	TIPO DE PAGINA	ITEM "SOBRE"	HISTORIA
FAÇA JUS A SUA BARBA	1.258.905	1.262.278	ESCRITOR	A "FAÇA JUS A SUA BARBA" É UMA PAGINA DE AMOR. CLIQUE EM "VER PRIMEIRO" E APAIXONE-SE SE INSCREVE NO NOSSO CANAL NO YOUTUBE FAÇA JUS A SUA BARBA	ERA UMA VEZ CARA QUE AMAVA ESCREVER SOBRE SUAS EXPERIÊNCIAS DE VIDA, SOBRE RELACIONAMENTO E COTIDIANO. REZA A LENDA QUE A SUA SABEDORIA ESTAVA NA BARBA... TOCAVA AS MULHERES, MAS NÃO USAVA AS MÃOS PARA ISSO. USAVA UMA CANETA E UM PAPEL. ALGUMAS DIZIAM ATÉ QUE ELE ERA FEITICEIRO E QUE TINHA O PODER DE LER SUAS MENTES. VAI SABER...
O MUNDO DOS HOMENS	1.256.537	1.261.409	ENTRETENIMENTO	PAGINA OFICIAL DO MUNDO DOS HOMENS	NAO PODEMOS MUDAR O PASSADO, MAS TEMOS O PODER DA ESCOLHA, PARA GARANTIR O NOSSO FUTURO.
HOMEM DE HONRA	998.360	1.005.732	ORGANIZAÇÃO EMPRESA	PAGINA PARA HOMENS DE HONRA, AQUI O CARATER ESTA EM PRIMEIRO LUGAR.	ESPAÇO VAGO.
ORGULHO DE SER HÉTERO	997.664	999.981	CAUSA	PAGINA OFICIAL DO BLOG ORGULHO HÉTERO.	ESPAÇO VAGO
CAFAJESTANDO	955.396	947.820	PERSONAGEM FICTICIO	HUMOR NOS RELACIONAMENTOS. GOSTOU? CURTA!	ESPAÇO VAGO.
MAFIA HARPER	624.508	606.798	ESTUDIO MUSICAL	ESPAÇO VAGO.	ESPAÇO VAGO.

CLUBE DOS HOMENS	589.444	582.615	CAUSA		O CLUBE DOS HOMENS TEM COMO O OBJETIVO PRINCIPAL, PROPAGAR UMA IDEOLOGIA QUE INSTRUI E AJUDA HOMENS. UMA IDEOLOGIA QUE JÁ AJUDOU MILHARES DE HOMENS A ALCANÇAREM SEUS OBJETIVOS E A DESCOBRIR AS RESPOSTAS DAS "PERGUNTAS SEM RESPOSTAS". O CLUBE DOS HOMENS COM APENAS 2 ANOS, ALCANÇOU PATAMARES INCRÍVEIS, TENDO MEMBROS EM TODO O MUNDO. HOMENS QUE AGORA POSSUEM O CONHECIMENTO E QUE AGEM COMO VERDADEIROS HOMENS. COMO UMA FRATERNIDADE, ESTIMULAMOS A FILANTROPIA E A COOPERAÇÃO MUTUA ENTRE MEMBROS PARA PÖDERMOS CRESCER COMO HOMENS HONRADOS.
O MACHO ALPHA	583.456	581.765	EMPRESA DE MÍDIA/NOTÍCIAS	UM SITE PARA HOMENS DE VERDADE.	ESPAÇO VAGO.
HOMENS DIFERENCIADOS	556.791	556.972	ESCRITOR	PÁGINA DESTINADA A HOMENS QUE VISAM O DESENVOLVIMENTO PESSOAL SEMPRE NA DEDICAÇÃO SEM PASSAR PÖR CIMA DE NINGUEM. EM RESUMO, HOMENS QUE SE DESTACAM.	ESPAÇO VAGO.
SEJA HOMEM	370.175	367.450	CAUSA	FRASES DO SUJEITO HOMEM	ESPAÇO VAGO.
COISAS DE HOMEM	344.766	346.245	PERSONAGEM FICTÍCIO	COISAS DE HOMEM.	ESPAÇO VAGO.

OS HONRADOS	320.776	322.310	SITE DE ENTRETENIMENTO	ESPAÇO VAGO.	ESPAÇO VAGO.
HOMEM DE CARÁTER	311.587	313.005	ENTRETENIMENTO	ESPAÇO VAGO.	ESPAÇO VAGO.
CONSELHEIRO DE HONRA	293.805	294.828	ENTRETENIMENTO	ESPAÇO VAGO.	ESPAÇO VAGO.
SUJEITO MACHO	244.357	246.101	ORGANIZAÇÃO	PAGINA PARA HOMENS RAROS E CARÁTER EM PRIMEIRO LUGAR.	ESPAÇO VAGO.
HOMENS ALFA	231.626	231.342	BLOG PESSOAL	REPETE-SE O ITEM "HISTÓRIA".	QUEM SOMOS? SOMOS UMA IDEIA, UMA IDEIA NA MENTE DE CADA HOMEM MUNDO A FORA, UMA IDEIA DE FORÇA INTERIOR, CONVICÇÃO INTERNA, UMA IDEIA QUE NOS MOVE COM TODA NOSSA FORÇA EM BUSCA DO QUE QUEREMOS.
OLHAR MASCULINO	212.374	211.169	COMUNIDADE	ESPAÇO VAGO.	ESPAÇO VAGO.
BARBA FORTE	207.268	207.406	PRODUTO/SERVIÇO	BARBA, CABELO E BIGODE.	A BARBA FORTE É UMA EMPRESA ESPECIALIZADA EM COSMÉTICOS E EQUIPAMENTOS DESENVOLVIDOS ESPECIALMENTE PARA O PÚBLICO MASCULINO. AGORA OS BARBUDOS TEM A ATENÇÃO QUE SEMPRE DESEJARAM!
HOMEM DE PALAVRA	201.712	201.526	CAUSA	PAGINA PARA HOMENS QUE VALORIZAM OS BONS COSTUMES.	ESSE É O NOSSO ESTILO! BARBA, CABELO E BIGODE. OLA SENHORES(AS). NÓS TODOS FAZEMOS PARTE DA GRANDE FAMÍLIA CHAMADA HUMANIDADE E SOMOS MORADORES EM COMUM DE UMA IMENSA CASA CHAMADA TERRA. NÃO HÁ OUTRA FORMA SENÃO NOS

				<p>ENTENDERMOS. NÃO HÁ POR QUE NÃO CHEGARMOS A UM ENTENDIMENTO ATRAVÉS DE UM SINCERO DIÁLOGO.</p> <p>AO MENOS DEVEMOS NOS ESFORÇAR E NOS EMPENHAR AO MÁXIMO PARA ISSO, POIS ENTRE NÓS AINDA EXISTEM MUITOS "SERES HUMANOS".</p> <p>QUEM NÃO SE ESFORÇA NESSE SENTIDO DEMONSTRA UMA GRANDE IMATURIDADE E ARROGÂNCIA EM RELAÇÃO ÀS PESSOAS. ALÉM DISSO, NA MAIORIA DAS VEZES, EXISTE POR TRÁS DE TODA ARROGÂNCIA UM ESPÍRITO COVARDE QUE TENTA PROTEGER A SI MESMO.</p> <p>É IMPORTANTE LEMBRAR QUE TEMOS UMA FAMÍLIA QUE TENTA NOS PROTEGER O TEMPO TODA DAS LOUCURAS DO MUNDO. ÀS VEZES, A SUA VERDADEIRA FAMÍLIA NÃO É UM FILHO, UM PAI, UM IRMÃO OU UMA MÃE. E SIM OS AMIGOS. A NOSSA FRATERNIDADE É UMA IRMANDADE DE HOMENS QUE TRATA TODOS OS MEMBROS COMO FAMÍLIA.</p> <p>SINTA-SE ACOLHIDO. INDEPENDENTE DO QUE PENSAM SOBRE NÓS, ESTAREMOS SEMPRE UNIDOS E O TEMPO TODO TENTANDO AJUDAR O PRÓXIMO. POIS A CARIDADE E O AMOR SÃO AS VERDADEIRAS PROVAS DO AMADURECIMENTO DE GRANDES HOMENS. HOMEM DE PALAVRA.</p>
--	--	--	--	---

O RETROGRADO	183.660	184.670	COMUNIDADE	SER MODERNO AS VEZES COMPROMETE.	ESPAÇO VAGO.
HOMENS DE VALORES	182.675	183.829	CAUSA	PÁGINA DESTINADAS A HOMENS QUE VISAM O EMPREENDEDORISMO E O SUCESSO FINANCEIRO SEMPRE NA HUMILDADE E DEDICAÇÃO SEM PASSAR POR CIMA DE NINGUÉM.	ESPAÇO VAGO.
HOMEM ANTIQUADO	162.074	163.244	COMUNIDADE	DESENVOLVIMENTO PESSOAL E FRASES DE MOTIVAÇÃO.	EM BUSCA DO CONTINUO DESENVOLVIMENTO PESSOAL E INTELECTUAL.
HOMENS HONRADOS	140.580	140.957	ESCRITOR	UMA PÁGINA BASEADA EM VALORES E VIRTUDES TRADICIONAIS PARA O HOMEM IMPLACÁVEL, BEM COMO UMA FONTE DIÁRIA DE INSPIRAÇÃO DE CAVALHEIRO PARA CAVALHEIROS.	ESPAÇO VAGO.
FORÇA E HONRA	127.107	127.729	ENTRETENIMENTO	POSSUI HONRA E MANTER A REPUTAÇÃO ATRAVÉS DE SUA	ESPAÇO VAGO.

					POSTURA E DE SUAS ATTITUDES MOSTRANDO SEU VERDADEIRO CARÁTER. —FORÇA E HONRA	
HOMEM	121.927	121.568		SITE	HEY, MANI AQUI É NOSSO ESPAÇO. UM ESPAÇO COM INFORMAÇÕES PARA O HOMEM MODERNO E UMA LOJA COM OS MELHORES PRODUTOS PARA QUEM TEM ESTILO E SE CUIDA	
ATH - HOMEM DE CARÁTER	106.276	107.088		BLOG PESSOAL	ESPAÇO VAGO.	ESPAÇO VAGO.
BARBA BRASIL BEARD CLUB	106.054	106.084		PRODUTO/ SERVIÇO	CLUBE PARA BARBUDOS, BARBAS E BIGODES, PRODUTOS PARA O CUIDADO COM A BARBA	ESPAÇO VAGO.
A RESISTÊNCIA	45.201	45.365		LIVRO	NÃO AGUENTO MAIS TANTA MERDA NO MUNDO!	ESPAÇO VAGO.
SUPREMACIA MASCULINA	28.781	29.043		CAUSA	TRANSFORMANDO HOMENS EM UMA GRANDE POTENCIA DE CARÁTER.	ESPAÇO VAGO.

MENONLY.COM.BR	17.316	17.270	TREINADOR	MENINOS TEM SWAG. HOMENS TEM CLASSE. CLUBE PARA HOMENS. SEJAM MUITO BEM VINDOS CAVALHEIROS. MULHERES SÃO BEM VINDAS. MULHERES SÃO SEMPRE BEM VINDAS... ESPAÇO VAGO.
HOMENS DE VERDADE	11.444	11.520	ALBUM	ESPAÇO VAGO.

20/04/2017

17h00- 18h21. Horário de Coimbra-PT.

ANEXO IV – “MANIFESTO” DA EMPRESA O BOTICÁRIO EM PARCERIA COM O BLOG “PAPO DE HOMEM”, QUANDO DO LANÇAMENTO DA LINHA *BOTICÁRIO MEN*.

UM CONVITE PRA FALARMOS SOBRE HOMENS E VAIDADE



A vaidade masculina tem uma história curiosa.

Alterna entre se assumir e se esconder, dependendo da cultura e da época. Pois sejam quais forem os padrões vigentes, a aparência determina muito da percepção dos outros sobre nós. É expressão de poder, atributo que sempre andou de mãos dadas com a virilidade.

Na Grécia antiga a beleza feminina não tinha importância, se comparada à dos homens. O atletismo era o caminho para a perfeição física e mental, um atalho para a divindade. Não à toa, Adônis até hoje nos serve como designação para corpos perfeitos. Para os gregos o bom cidadão da polis tinha de ser “kalós kai agathós”, dito de outro modo, belo e virtuoso.

No Egito, os nobres do passado se depilavam pra remover as impurezas e assim ficarem mais perto dos deuses. Controlavam o peso por meio de dietas com frutas e verduras, usavam máscaras faciais e óleos para tratar e perfumar a pele. Removiam odores corporais com óleos e cremes de leite, mel e lama. Se maquiavam tal qual as mulheres.

Luis XIV, o Rei Sol, governou de salto alto e corando o rosto com blush. Suas perucas foram moda na corte francesa – e de países vizinhos – por mais de 150 anos. Construiu o Palácio de Versalhes envolto em brocados e joias. Para o Rei Sol e seus contemporâneos, o poder estava ligado à imponência estética. E foi Napoleão, para promover a igualdade, quem proibiu o uso de saltos.

Os índios Mehinako e os Kayapós, aqui mesmo no Brasil, se pintavam antes da guerra e durante danças rituais, para invocar a força de seus deuses. Depois vieram os dândis, cavalheiros perfeitos e de apurado senso estético, com suas mangas bufantes e golas enormes. Oscar Wilde, Charles Baudelaire e o carioca João do Rio.



Todos acima nos dizem algo

Quase tudo que hoje poderia ser visto como frescura ou caprichos de "mulherzinha" já foi feito por homens admirados por outros homens. Líderes, sacerdotes, guerreiros, artistas, reis.

Calha que, no século XIX, a vaidade masculina voltou pro armário.

A revolução industrial e o racionalismo colocam os homens como uma figura cartesiana e desprendida da estética. As mulheres permanecem frágeis, passivas, agradáveis cuidadoras e belas a todo momento, destinadas ao deleite de seus consortes.

A austeridade estética se impõe aos homens. Cuidar de si além do mínimo necessário a nada serve. Que se varram as emoções exageradas e sinais de fraqueza para debaixo do tapete. A identidade masculina dessa época se constrói negando tudo aquilo percebido como feminino.

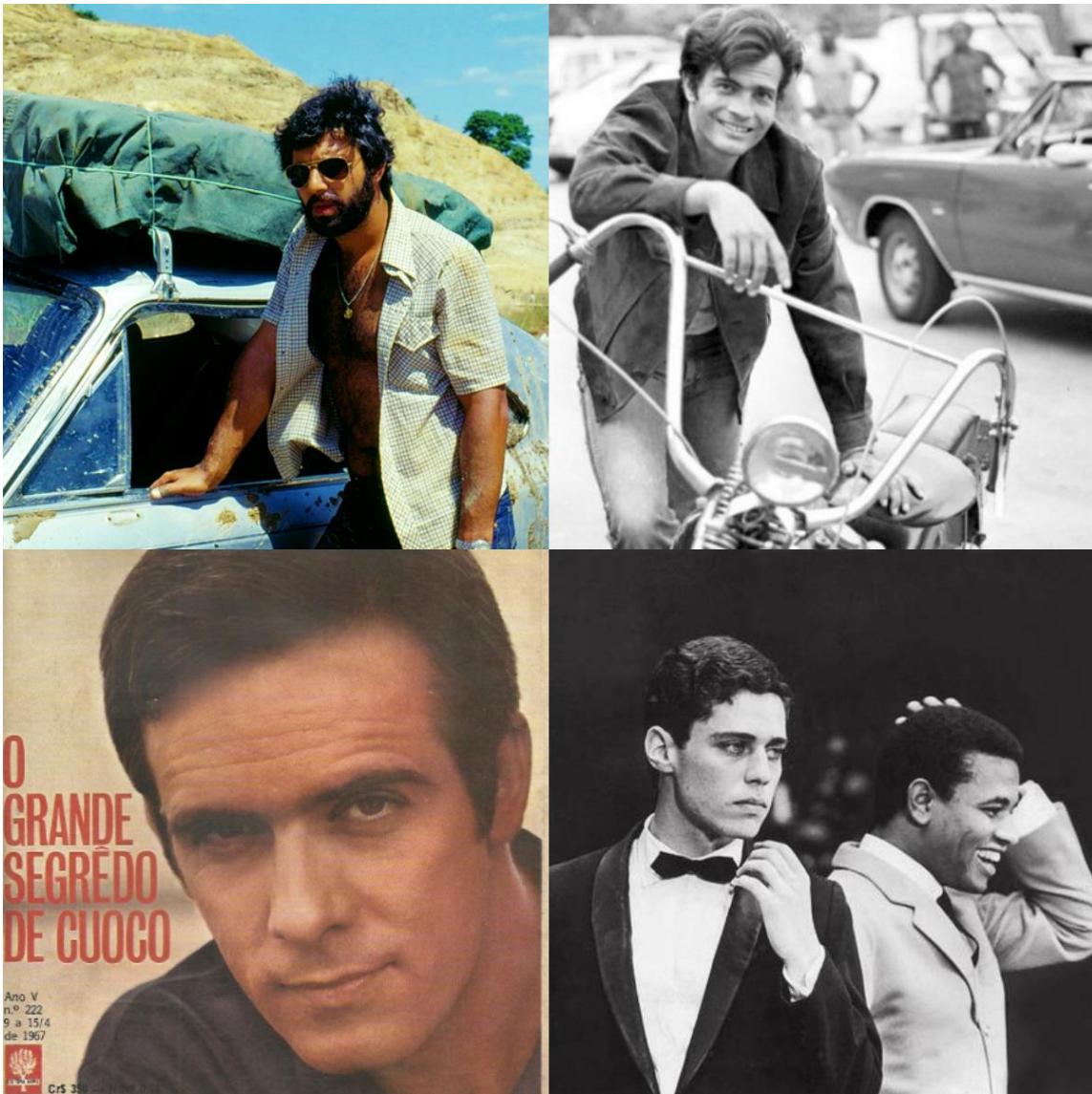
O suposto sexo forte a todo momento precisa dizer que não é mulher, nem fracote, infantil ou manso. É macho, comedor de pregos, capaz de sustentar qualquer parada, sempre pronto. Ser masculino se distancia do contato, da troca, da cumplicidade e do zelo. As bases dos papéis de gênero atuais se consolidam. Só que ninguém aguenta esse peso sem entortar. Homem é gente. E gente precisa de cuidado.

Após a metade do século XX, referências únicas são esquecidas e outras identidades, ainda que tímidas, sobem no tablado.

Para ostentar virilidade, a preocupação com aparência recebe sinal verde. Ter sucesso profissional, conquistar mulheres, exibir forma física e alardear sua saúde adentram o inconsciente coletivo dos homens como justificativas para se preocupar com o reflexo no espelho.

A vaidade, que jamais deixou o palco, retorna à cena.

Jaqueta Steve McQueen e cara de quem não liga pra nada. Quem sabe óculos aviador e uma camiseta branca James Dean. Frank Sinatra em seu casaco bomber. Michael Caine num terno bem cortado, como o sedutor Alfie. Topetão Tarcísio Meira. Os olhos verdes de Chico Buarque. O performático Ney Matogrosso. As pernas torneadas de Leão, quando era goleiro. Os mullets de Renato Gaúcho. O cavanhaque de Fábio Júnior nas novelas. O peito peludo de Toni Ramos. O charme de José Wilker. A camisa aberta até o umbigo e o bigode de Antônio Fagundes caminhoneiro na década de oitenta.



Obcecado em ser reconhecido viril, quase todo homem é um narciso em potencial.

Se nega a estética feminina, é para afirmar em seu aspecto rústico o desdém por aquilo que desqualifica sua macheza. Quando assume impulsos de vaidade é para seduzir, conquistar objetivos, jamais por "futilidade".

Essa neurose aprisiona.

Pensar que vaidade se resume a loções caras, maquiagem e a tratamentos que só as mulheres fazem é apenas uma maneira de nos enganar. De fazer acreditar que nossas preocupações estéticas são superiores às das mulheres, pois seriam justificadas e de notória importância.

Cabelo em dia, terno alinhado, sobrancelha domada, hálito de menta, dentes retos e brancos, pele decente, corpo saudável, músculos desenvolvidos, olhar forte, aperto de mão firme, perfume na medida, sapato correto, tênis da moda, calça passada, carro do ano, casa de encher os olhos, esposa atraente, filhos bonitos, cargo de liderança, dinheiro em conta, rosto tenso de quem está no controle da situação.

A vaidade masculina perpassa tudo isso. Seja voltada pra si, para nossas posses ou para aqueles com quem escolhemos nos relacionar.

Que os homens entendam que sempre foram e ainda são vaidosos. Apenas expressam tal traço de outros modos.

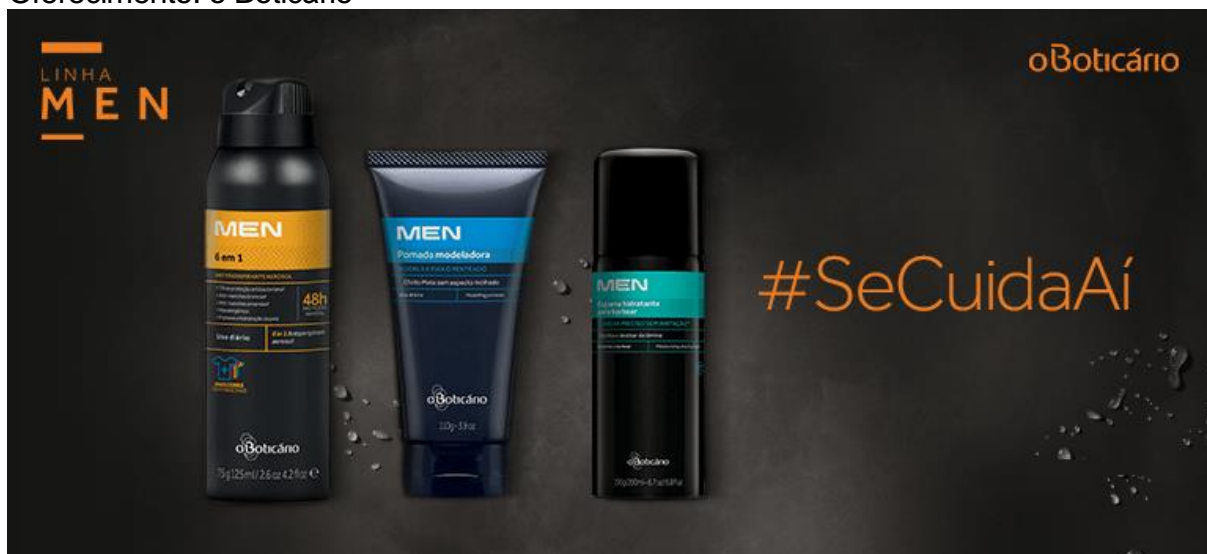
Que cada um de nós cultive sua beleza como bem entender. Com uma necessária cheia ou se virando com água e sabão.

Sem medo de expor nossa relação com a aparência, seja ela qual for. Construir a masculinidade para além de uma caixinha com limites e regras é um convite à liberdade.

Afinal, não se nasce homem. Torna-se homem.

E nenhum creme hidratante vai tirar isso de você.

Oferecimento: o Boticário



A gente sempre soube que, no fundo, vocês são (pelo menos um pouco, vai!) vaidosos. Afinal, cabelo em dia, pele boa e perfume na medida, nunca fizeram mal a ninguém - muito pelo contrário.

Por isso, sempre que estiver frente a frente com um problema de pele seca, barba precisando de um trato ou até pra dar aquela segurada no suor, saiba que a linha Men, de O Boticário, traz tudo o que você precisa para resolvê-los em pouco tempo. Perfume, desodorante, sabonete, hidratante, shampoo, condicionador, pomada para cabelo e creme, espuma e balm para barbear. Isso você ainda não sabia, né? Clique [aqui](#) e conheça!

Disponível em: <www.papodehomem.com.br/boticario>. Acesso em 01 fev. 2019.