

# SADIAS DIRETRIZES PARA RAPAZES DO DR. HAROLDO SHRYOCK: UMA ANALÍTICA DA IMAGEM EM DISCURSO

SALUDABLES DIRECTRICES PARA MUCHACHOS DEL DR. SHRYOCK: UN ANÁLISIS DE LA  
IMAGEN EN DISCURSO

DR. SHRYOCK'S HEALTHY GUIDELINES FOR YOUNG MEN: AN ANALYSIS OF PICTURE IN  
DISCOURSE

Rafael de Souza Bento Fernandes \*

Ismara Tasso \*\*

Universidade Estadual de Maringá

RESUMO: Sob a perspectiva da Análise do Discurso de orientação franco-brasileira, em especial a partir da teoria foucaultiana, objetiva-se compreender como se constitui o objeto do discurso “virilidade” em manual da década de sessenta *O môço e seus problemas*, do Dr. Shryock (1969), estabelecendo relação com anúncios de campanha publicitária contemporânea da empresa de telefonia móvel *Oi* e dois *posts* de páginas de site de relacionamento *Facebook*, cujos padrões de elementos repetíveis em termos de iconografia do corpo (posturas, gestos, olhares) desvelam efeitos de verdade e de poder sobre o que é ser homem “de verdade”. Conjectura-se que a construção da virilidade, vinculada ao domínio médico, perpassa a apreciação moral (e religiosa) sobre condutas modelares de corpos em vigília, estabelecendo regimes de exclusão de toda sorte que fazem reverberar (regidos por dispositivo da tradição) efeitos de verdade segundo os quais masculinidade é sinônimo de dominância.

PALAVRAS-CHAVE: Verdade. Virilidade. Corpo.

RESUMEN: Bajo la perspectiva del Análisis del discurso de orientación franco-brasileño, en especial de la teoría foucaultiana, se objetiva comprender cómo se constituye el objeto del discurso “virilidad” en manual de la década de sesenta *O môço e seus problemas*

---

\* Doutorando em Linguística pela Universidade Estadual de Maringá – PLE/UEM, com período “sanduíche” (CAPES-PSDE/Edital 2016) pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Portugal – FLUC. Membro do GEDUEM/CNPq. E-mail: [rafaelsbfernandes@hotmail.com](mailto:rafaelsbfernandes@hotmail.com).

\*\* Pós-doutora pelo IEL/UNICAMP. Doutora em Linguística e Língua Portuguesa pela UNESP/Araraquara. Professora do Departamento de Língua Portuguesa e do Programa de Pós-Graduação em Letras da UEM/PR. Líder do GEDUEM/CNPq. E-mail: [tassojs@terra.com.br](mailto:tassojs@terra.com.br).

(El muchacho y sus problemas), de Dr. Shryock (1969), estableciendo relación con anuncios de campaña publicitaria contemporánea de la empresa de telefonía móvil *Oi* y dos *posts* de páginas del sitio de relacionamiento *Facebook*, cuyos patrones de elementos repetibles en términos de iconografía del cuerpo (posturas, gestos, miradas) desvelan efectos de verdad y de poder sobre lo que es ser hombre “de verdad”. Se conjetura que la construcción de la virilidad, involucrada al dominio médico, atraviesa la apreciación moral (y religiosa) sobre conductas modelares de cuerpos en vigilancia, estableciendo todo tipo de regímenes de exclusión que hacen reverberar (bajo el dispositivo de la tradición) efectos de verdad según los cuales masculinidad es sinónimo de dominancia.

PALABRAS CLAVE: Verdad. Virilidad. Cuerpo.

ABSTRACT: The discourse on ‘virility’ constructed by Dr. Shryock’s handbook *On becoming a man: A book for teenage boys*, published in 1968, is analyzed from the point of view of French and Brazilian Discourse Analyses. Current study investigates the relationship between publicity advertisements by the telecommunications company *Oi* and two Facebook posts whose patterns of repetitive factors in terms of body iconography (poses, gestures, gaze) reveal truth and power effects on what means being a man. We assumed the construction of manliness, foregrounded on medical evidence, involves a moral (and religious) stance on attentive model body behaviors and establishes comprehensive exclusion regimens that insist of real effects (ruled by tradition) according to which masculinity is synonymous to dominance.

KEY WORDS: Truth. Manliness. Body.

*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, 2006, p. 308).*

## 1 INTRODUÇÃO

O livro *O moço e seus problemas*, tradução do original inglês para *On becoming a man*, é um manual escrito pelo médico religioso Dr. Haroldo Shryock (1969), que se propõe a explicar os fatos do mundo para adolescentes que prontamente assumirão os riscos e os prazeres da vida adulta. Em formato de lições, cada capítulo apresenta um ensinamento necessário ao jovem rapaz como, por exemplo, o *Jôgo do Amor* (capítulo sete), o *Segredo sobre as Meninas* (capítulo quatro) e *O Trato com o Dinheiro* (capítulo dezessete), bem como apresenta explicações médicas sobre puberdade e o nascimento das crianças, como é o caso de *De Onde Veio Você?* (capítulo dois).<sup>1</sup>

O moço que, no fim de sua meninice, nota as *Evidências da Virilidade* (capítulo três) em si deve, conforme o Shryock (1969), tomar cuidado com os perigosos desvios do ideário masculino (embora “natural”), o que requer mecanismos de (auto) vigilância – uma espécie de óbvio que precisa constantemente ser dito e retomado. Tais sadias diretrizes contemplam desde o que se deve ler (“[...] eles [sic] não podem esperar alcançar boas notas em matérias como física, química e matemática se lerem livros de ficção” (SHRYOCK, 1969, p. 187)) e até mesmo quais sonhos que se deve ter (“[...] embora seu sonho envolvesse tanto quanto um milhão de cruzeiros, parecia que o que você desejava comprar ou fazer com o dinheiro ficava ainda muito além do montante que possuía” (SHRYOCK, 1969, p. 187)), citando apenas duas passagens.

Mais do que um passeio ao “cemitério de verdades mortas”, nas palavras de Veyne (2008) ou de uma proposta de revisão de literatura, este estudo tem por objetivo analisar, na dispersão de dois domínios de saberes que se entrecruzam (o médico e o religioso), a constituição do objeto “virilidade” em materialidade de linguagem datada da década de sessenta do século XX, que circulou no Brasil nos anos setenta e que retorna como efeito de memória à contemporaneidade. Para tanto, exploram-se dizeres e

<sup>1</sup> “Pondo de lado todas as histórias e contos de fadas sobre crianças que são levadas pela cegonha [...], o presente capítulo pretende dar-lhe uma explicação simples e verdadeira sobre o início da vida [sic]” (SHRYOCK, 1969, p. 17).

ilustrações do livro *O m<sup>o</sup>ço e seus problemas*, bem como anúncios de campanha publicitária de 2010 e 2007 da empresa de telefonia móvel *Oi* e dois *posts* de páginas de site de relacionamento social *Facebook*, cujos padrões de repetição em termos de iconografia do corpo (posturas, gestos, olhares) desvelam efeitos de verdade e de poder sobre o que é ser homem, assim como deflagram regimes de exclusão da conduta desviante, o não homem.

Em um primeiro momento, há uma discussão teórica sobre o corpo como espaço de sentido na produção dos sujeitos sob a perspectiva da Análise do Discurso de orientação franco-brasileira, em especial a partir da teoria foucaultiana (FOUCAULT, 2005, 2006, 2008, 2015). Em um segundo momento, tomando por base analítica de imagem centrada nos efeitos de regularidade sobre o sujeito viril, empreende-se o gesto de leitura. Desse modo, o estudo esboça movimento interpretativo que leva em consideração reflexões sobre a imagem (BEGER, 1999; MANGUEL, 2011), o corpo (ALDERSEY-WILLIAMS, 2016; ECO, 2013, 2014; GÉLIS, 2011; TASSO, 2013) e a virilidade (CAROL, 2013; CORBIN, 2013; NOLASCO, 2001; THOMASSET, 2013). Conjectura-se que o discurso sobre o “homem de verdade” reverbera em práticas midiáticas brasileiras atuais, as quais, diferente do tom de seriedade das diretrizes do Dr. Shryock (1969), expandem a ordem do discurso vigente pela derrisão, pelo jocoso.

## 2 CORPO, SABER E PODER

Corpo é lugar de sentidos. Não podemos sê-lo, senão como sujeitos encarnados, transvestidos pela carne. Nesse “espaço”, recaem acúmulos de impressões, gestos e de produções históricas que normatizam, sujeitam, enquadram, impõem censuras, coíbem prazeres, haja vista designios de beleza, bem-estar, pureza ou pecado. Há que se corrigir o corpo, há que se purificá-lo, há que se domar as necessidades fisiológicas e, além, há que se potencializá-lo de modo a torná-lo útil e produtivo.

O processo de fabricação de sujeitos se torna campo de observação fortuito quando, sob o traço de um desenhista, sob a câmera de um cineasta ou sob o pincel de um pintor, por exemplo, compõem-se produções culturais que fazem do corpo metáfora do que é certo (e do que é errado) em dada posição-sujeito, no jogo das verdades contingentes. Manguel (2001) assinala que o processo de leitura de imagens é, inevitavelmente, produto da experiência simbólica do homem, o qual, segundo as diretrizes da experiência vivencial de mundo, “[...] vê o sol se pôr ciente de que isso assinala o fim cíclico de um deus cujo nome sua tribo não pronuncia” (MANGUEL, 2011, p. 24).

A percepção da imagem é aprofundada por Berger (1999), para quem há um “abismo” entre o *ver* e o *falar*. A tese do relativismo é condensada na seguinte asserção: “[...] a maneira como vemos as coisas é afetada pelo que sabemos e pelo que acreditamos” (BERGER, 1999, p. 10). Corroborando Blake (apud MANGUEL, 2011, p. 22): “[...] como saber se cada pássaro que cruza os caminhos do ar não é um imenso mundo de prazer, vedado por nossos cinco sentidos?” Ao exemplificar seu posicionamento, Berger (1999) argumenta que, na Idade Média, quando o homem acreditava na existência física do inferno, a visão do fogo possuía significado inteiramente diferente do que o de hoje. Não obstante, a ideia que se fazia de inferno devia-se à visão do fogo que tudo consome, bem como era resultado da dor das queimaduras.

Essa discussão sobre a maneira pela qual os homens compreendem a realidade circundante é tema ulterior da filosofia, que remete às bases do solo fundador grego. 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, p. 45), para Platão, 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<sup>2</sup>. 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.

<sup>2</sup> O ideal grego de perfeição era representado pela *kallokagathia*, termo que mescla as palavras *kállos* (genericamente traduzido como “belo”) e *agathós* (termo usualmente traduzido como “bom”). Observou-se que a virtude de ser *kalos* e *agathos* 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, p. 23).

A mesma lógica se aplica à apreciação do corpo em Platão: “sepulcro” que prende a alma ao mundo das formas mutáveis e imperfeitas deve ser suplantado pelo exercício da autocontemplação:

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 apud ECO, 2013, p. 49).

Tal exercício de autocontemplação, mais de um milênio depois, na Europa medieval, adota contornos de penitência, que conduz à celebração do Cristo mutilado como prova de entrega à fé. Como prega Santo Agostinho em *Sermão* (ECO, 2014, p. 51), a deformidade de Cristo na cruz é sinal inequívoco da beleza de seu amor à humanidade. Assim, nada mais nobre do que proceder de igual modo, castigando o corpo, essa “coacla imunda” de pecados e vícios (GELIS, 2012, p. 55). A agressão contra a carne é detalhada em tratado do século XVII sobre os procedimentos de mortificação de Santo Inácio, que incluía a ascese alimentar, a aplicação de urtigas erriçadas sobre a pele e o autoflagelo pelo *silex*, que deveria ser batido furiosamente contra o peito desnudo (ECO, 2014, p. 61).

Sob modos de racionalidade outros, a medicina, no triunfo do tempo das luzes, apropriou-se do corpo como objeto de estudo, de exame, de contemplação anatômica, fisiológica e, em certo sentido, também de entretenimento. Parafraseando Aldersey-Williams (2013, p. 28), em Amsterdã, no inverno de 1631-32, Adriaen Adriaenszoon foi pego surripiando a capa de um homem. Foi então julgado e condenado à morte na forca, a ser seguida da dissecação pública de seu corpo, punição costumeira para crimes graves.

No século XVII, uma dissecação era um evento teatral. Só poderia ser realizada quando havia disponível um cadáver recente e quando o frio preservaria o corpo tempo suficiente para o procedimento ser demonstrado, antes que o mau cheiro se tornasse insuportável. Segundo Aldersey-Williams (2013, p. 29), as entradas custavam seis ou sete soldos (mais caro do que a entrada para uma peça de teatro à época). A dissecação de Adriaenszoon se tornou conhecida com a célebre pintura *A Lição de Anatomia do Dr. Tulp* (do então jovem artista contratado para o serviço, Rembrandt), símbolo da curiosidade do homem que contempla a máquina perfeita de Deus, desnudando pouco a pouco seus mistérios.

Nesses três casos, o corpo é superfície material de inscrição discursiva: como instância material desprezível na relação aparência e essência; como lugar de vícios que exige comedimento, marca indelével do pecado; como conjunto de sistemas articulados cujos segredos podem (e devem) vir a ser desvendados. É belo porque é harmônico, é belo porque é símbolo do divino e é belo porque funciona. Compreender esses deslocamentos da verdade implica a assunção da tese segundo a qual os objetos dos quais tratamos na/pela língua (ou outras instância de inscrição material) não têm existência fixa, anterior. Pelo contrário: os objetos do discurso se fundam no próprio discurso, no exercício da função enunciativa de acordo com a arqueologia foucaultiana (FOUCAULT, 2008). O adjetivo “belo” ao qual relacionamos ao corpo, desse modo, refere-se a um “regime de olhar” do que é desejável, útil, apreciável sob uma dada perspectiva.

Esse “nó numa rede” associativa (FOUCAULT, 2008, p. 26) 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).

O que está em questão, em outras palavras, é: quem determina o discurso verdadeiro sobre o (corpo do) sujeito? Especificamente: quem pode estabelecer o modelo de masculinidade que o rapaz deve seguir no crepúsculo de sua meninice e alvorecer de sua vida adulta? No *corpus* de análise, a gestão de condutas do homem perpassa o âmbito religioso (lugar do discurso verdadeiro sobre apreciação moral do sujeito) e o âmbito médico (lugar do discurso verdadeiro sobre o funcionamento e manutenção da vida) e estabelece formas de veridicção específicas involucradas ao adjetivo viril, conforme o exemplo:

Assim como num menino adolescente os órgãos de reprodução começam a funcionar mais cedo do que a idade em que lhe é apropriado ser pai, também numa adolescente os órgãos reprodutores começam a funcionar muito mais cedo do que a época em que uma jovem pode casar e criar filhos. Este período de tempo entre a idade em que os seus órgãos reprodutores começam a funcionar, e o tempo em que ela se torna esposa, fornece-lhe a oportunidade para ela se poder ajustar ao seu novo papel de mulher [sic] (SHRYOCK, 1969, p. 39).

De acordo com Foucault (2015, p. 235), relações de poder são fenômenos complexos, que não obedecem a fórmulas dialéticas estanques. O domínio e a consciência do próprio corpo só puderam ser adquiridos pelo investimento do corpo pelo poder, em práticas como a ginástica, os exercícios, o desenvolvimento muscular, a nudez, a exaltação do belo etc. Tudo isso conduz ao desejo do próprio corpo por meio de um trabalho insistente, obstinado, meticuloso, que o poder exerce sobre corpo das crianças, dos soldados, sobre o corpo sadio etc. É preciso afastar uma tese muito difundida segundo a qual o poder nas sociedades burguesas teria negado a realidade do corpo em proveito da alma (como o fez Platão): em realidade, nada é mais material, nada é mais físico, nada é mais corporal que o exercício do poder.

Tasso (2013, p. 114) cunha a expressão “corpos em vigília” para definir complexo de redes discursivas, circunscrita às condições de emergência e de existência em espaços de contradição à conduta política e social de um povo, a qual se adota, no estudo, para definir a gestão das condutas em termos de produção do sujeito da moral “homem de verdade”. No *corpus* de análise, nesse sentido, saberes de ordem científica (o conhecimento verdadeiro) sustentam existência do objeto do discurso “órgãos de reprodução” que, parte de um organismo, ao se desenvolverem plenamente, possibilitam a dádiva (que é também o caminho natural) da maternidade à mulher – ainda que estranhamente (dada que a prerrogativa de perfeição da obra de Deus) as genitálias (de ambos) comecem a funcionar mais cedo do que deveriam.

À sequência, empreende-se análise que visa compreender modos governamentalidade de corpos em vigília (TASSO, 2013), cujos jogos de verdade circunscrevem regimes de ver e de dizer o homem “de verdade”, o homem belo (física e moralmente), o sujeito “ligador”<sup>3</sup>. O homem viril, enfim.

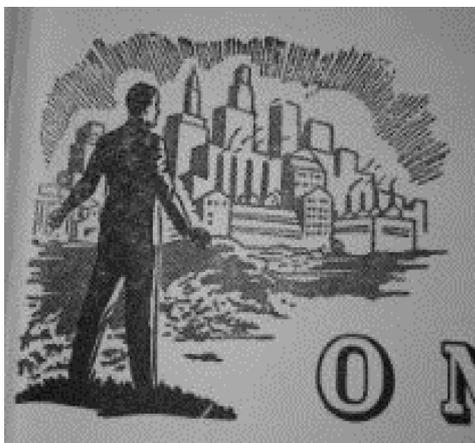
### 3 PADRÕES ICONOGRÁFICOS DA IMAGEM EM DISCURSO

Ao menino que cresce e se desenvolve, diferenciando-se paulatinamente das meninas, o Dr. Shryock (1969) oferece uma série de explicações, que contemplam desde o funcionamento anatômico do corpo até a administração do dinheiro. É um manual, que passo a passo mostra ao moço que já não é mais criança, como este deve ocupar o seu novo papel na sociedade<sup>4</sup>. Não interessa à análise ora desenvolvida centrar-se na individualidade de uma voz, mas refletir sobre o funcionamento do discurso que estabelece modos de racionalidade – nesse caso, sobre a condução e gestão da conduta correta para produção de “homens de bem”.

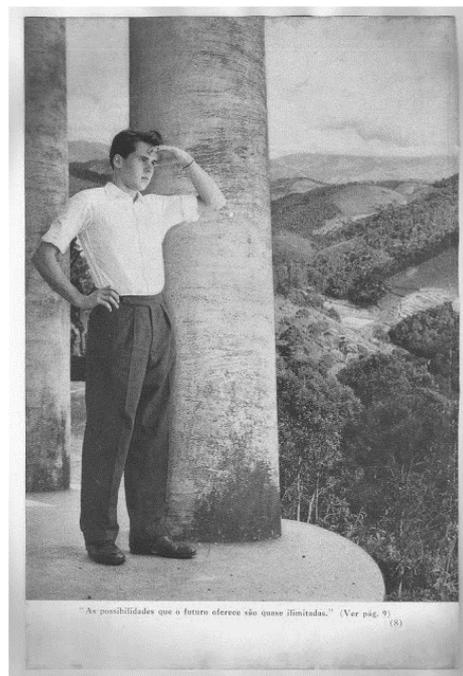
<sup>3</sup> Termo que provém de slogan de campanha publicitária da empresa de telefonia Oi, de 2010, conforme se discute na sequência.

<sup>4</sup> “Durante a infância as evidências de seu desenvolvimento se acumularam tão lentamente que muitas vezes ficou impaciente e desejou poder transpor de uma vez o resto dos anos e ficar homem de pronto. Agora que atingiu a adolescência, este desejo cumpriu-se afinal. Na vida de todo menino chega um tempo em que em poucos meses, ele toma as características de homem”. (SHRYOCK, 1969, p.27).

As ilustrações abaixo recebem o leitor, que as encontra, respectivamente, na abertura do livro e após o sumário:



**Figura 1:** Ilustração de capa  
**Fonte:** Shryock (1969, p. 5)



**Figura 2:** Ilustração do capítulo 1  
**Fonte:** Shryock (1969, p.8)

Ressalta-se que o olhar dos rapazes se projeta para frente, em direção ao futuro de “possibilidades ilimitadas” (segundo enunciado linguístico da Figura 2). Em traço icônico, na Figura 1, as mãos do jovem homem estão espalmadas como que reagindo previamente às surpresas que o mercado de trabalho lhe oferecerá. Não é, no entanto, uma atitude amedrontada, mas de êxtase: é o momento singular na vida de um rapaz quando, no início de um novo dia, percebe-se pronto. Já as linhas paralelas sobre a cidade a apresentam como lugar novo, reluzente, como expressão da liberdade da vida que começa.

Por sua vez, na Figura 2 (colorida, que ocupa uma página inteira e é correlata à seção *Vantagens da Adolescência* (capítulo 1)), a excitação é refreada por momento de contemplação, de sabedoria e de maturidade. Essa contemplação, contudo, não é passiva; ao contrário, é a própria manifestação da segurança do homem que certifica as condições adversas que terá de enfrentar, protegendo-se dos raios do sol que lhe podem nublar a visão, acomodando-lhe a mão à cintura (onde outrora se quedava a bainha da espada), sob o plano de fundo do que parece ser uma floresta. É a expressão simbólica, em traços indiciais, da preparação do guerreiro pouco antes de adentrar o campo de batalha.

Esse ideal de potência do corpo foi examinado, no decorrer do século XX, sob o crivo da medicina no que diz respeito 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 penetração). Se 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, além disso, 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), de modo a combater a feminização, a 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).

Explica o Dr. Shryock (1969, p. 31) que as mudanças da adolescência, que “[...] ocorrem no corpo de um rapaz no período de transição da meninice para a varonilidade, são motivadas e controladas pelos *testículos*. Estes testículos são duas glândulas localizadas no interior do escroto. Durante a meninice estes testículos permanecem pequenos e inativos, aguardando o ataque da virilidade [sic]”.

A virilidade é um “ataque”, já que tudo no homem é pensado em termos de guerra. Parafraseando Corbin (2013, p. 8), 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 quando dele se precisa e sustentar os seus para que não morram de fome. “Seja homem!”: a injunção, que deriva de uma memória religiosa (CORBIN, 2011), é tanto um fardo quanto a manifestação da glória; por isso o homem deve, permanentemente, manifestar a virilidade por seus atos:

[...] nessa perspectiva, a virilidade se identifica com a grandeza – noção essencial -, com a superioridade, a honra, a força – enquanto virtude -, com o autodomínio, no sentido do sacrifício, com o saber-morrer por seus valores. A virilidade se realiza na exploração e na conquista de territórios, na colonização, em tudo aquilo que demonstra domínio sobre a natureza, na expansão econômica. Tudo isso constituiu a grandeza (CORBIN, 2011, p.9).

O efeito de verdade, atravessado por memórias gregas, latinas e medievais acerca do homem e cindido por um dado estado de saberes dos domínios médico (afirmação do vigor de traços anatômicos do corpo do soldado), religioso (de centralidade masculina no seio da família) e econômico (função de provedor do lar), prevê, segundo uma leitura possível, cinco características que definem a relação virilidade-dominação, quais sejam: poder, força, beleza (física e moral), segurança e maturidade. Na materialidade imagética, corpo é lugar de sentido na medida em que a constituição histórica da manifestação da virilidade está marcada na postura, na prontidão do corpo que enfrenta o desconhecido, o novo, o perigoso.

Essa produção de subjetividade a que se denominou “homem de verdade”, haja vista o olhar vigilante sobre os corpos na gestão das condutas (TASSO, 2013), nesse caso, fixadas no enunciado “Seja homem!”, foi alvo de críticas e de esvaziamentos de toda ordem na contemporaneidade. É o que afirma Nolasco (2001), ao adotar como parâmetros mitos significativos da cultura ocidental, fundada, em grande parte, pelos modos de organização greco-romanos. Há, assim, uma dicotomia metafórica que dá título ao seu estudo (*De Tarzan a Homer Simpson*): por um lado, representação prototípica de virilidade do homem, que domina a natureza; por outro, da personagem de cultura de massa, representação da banalização de antigos valores de masculinidade.

Para Nolasco (2001), o homem, sufocado pelos chamados discursos da minoria, teve suas insígnias masculinas negligenciadas por organizações simbólicas e culturais que coíbem sua emergência, prescindindo dos elementos através dos quais se instituiu o certo e o errado no “novo” modelo de família e de sociedade. Eis a origem da suposta crise da identidade masculina, que promove a circulação de discursos depreciativos em relação às demonstrações de virilidade, e faz frente ao discurso presente no manual do Dr. Shryock, denominando-o “machista”, “sexista”, “ultrapassado” e “nocivo”.

A argumentação do autor é a seguinte: 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 e na relação homem-mulher. A luta pela igualdade das minorias cresceu a partir de reivindicações proletárias e promoveu mudanças nas representações sociais dos indivíduos. De certo modo, esses discursos, ao mesmo tempo em que promoveram a igualdade, opuseram-se à representação de masculinidade vigente até então (NOLASCO, 2001).

Em função de tal desestabilização discursiva, marcada por inúmeros acontecimentos que agenciaram e trouxeram à tona novas representações (e memórias) sobre o que é ser homem (e, principalmente, sobre o que é ser mulher), provavelmente o livro do Dr.

Shryock (1969) não poderia circular da forma como circulou décadas passadas no Brasil, já que não expressa mais uma verdade (científica-médica ou moral-religiosa) aceita como tal. É uma estranheza de tempos passados que provoca riso e assombro nos leitores contemporâneos.

Constata-se, no entanto, que diversas campanhas publicitárias contemporâneas (re)afirmam traços e valores da subjetividade que outrora foi construída nas sadias diretrizes, expandindo a ordem do dizível ao quase impúblicável por contrariar, justamente, a posição sujeito do discurso para a qual os gêneros estão (ou devem estar) em situação de equidade.

Reguladas pelo “dispositivo da tradição”, o qual, em sentido foucaultiano, captura, determina, modela, intercepta, assegura e controla os gestos, as opiniões e as condutas dos seres viventes para a produção de verdades (AGAMBEN, 2009, p. 40), há inúmeros canais de mídias sociais e publicitárias que devolvem o homem ao seu “lugar de direito”, 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).

São exemplos de mídias sociais *posts*<sup>5</sup> das páginas *Sujeito Homem* (1.194.199 assinantes) e *Homem Tradicional* (529.773 assinantes):



Figura 3: Página de Facebook: *Sujeito Homem*

Fonte: Sujeito Homem (2016)



Figura 4: Página de Facebook: *Homem Tradicional*

Fonte: Homem Tradicional (2016)

A postura dos soldados é inflexível. Tanto a armadura (Figura 4) quanto o traje social (ainda que sem o paletó) – na Figura 3 – 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).

Esse ideal de beleza (do que é desejável, útil e apreciável) masculina é absolutamente excludente. O sujeito que aparece nessas páginas sociais é, com algumas exceções, sempre o mesmo: homem branco, de meia idade, alto, magro e heterossexual. A produção do “homem de verdade” ou, conforme as denominações, o “sujeito homem”, “homem tradicional” perpassa, assim, certa estética da existência restritiva quanto ao corpo, o gesto e a conduta. Ou seja, são corpos em vigília.

<sup>5</sup> Nome que se dá aos conteúdos divulgados pelos dirigentes das páginas virtuais, que podem ser assinadas pelos usuários do Facebook.

A produção de propagandas dirigidas ao grande público é mais sutil e, ainda que se valha das mesmas prerrogativas na produção da verdade na trama discursiva, o faz mediante o humor, que quase tudo permite dizer. É o caso de campanha publicitária de 2010 da operadora de telefonia móvel *Oi*, que produziu, em parceria com a agência NBS, o comercial *Oi Agenor* a propósito da divulgação de um pacote de minutos que daria ao cliente “liberdade” para usá-lo como bem entendesse. Enuncia-se na propaganda cinematográfica de trinta segundos:

Se você quer ser um ligador, cuidado com o chip errado. Você pode virar um Agenor. Agenor não é popular. O bônus da sua operadora tem limite para o fixo até da mãe dele. Só o ligador ganha até novecentos reais por mês para ligar para fixo e *Oi* móvel e tem liberdade para usar o bônus como quiser, sem limite para fixo. Não seja um Agenor. Exija o chip da *Oi*, vire um ligador. 6

Em comercial anterior da mesma série, a distinção se dava entre aqueles que eram os *ligadores* (condição de prestígio) e aqueles que eram os *receptores* (condição de desprestígio). *Agenor*<sup>7</sup> (jogo de linguagem com o sufixo de língua portuguesa - or, o qual morfológicamente constitui o agente de ação, assim como “encanador” é aquele que trabalha com encanamentos ou “lutador” é aquele que luta) é a materialização dos perigos que Dr. Shryock (1969) tanto alertou em suas diretrizes: o homem desvirilizado. Eilo imageticamente descrito:

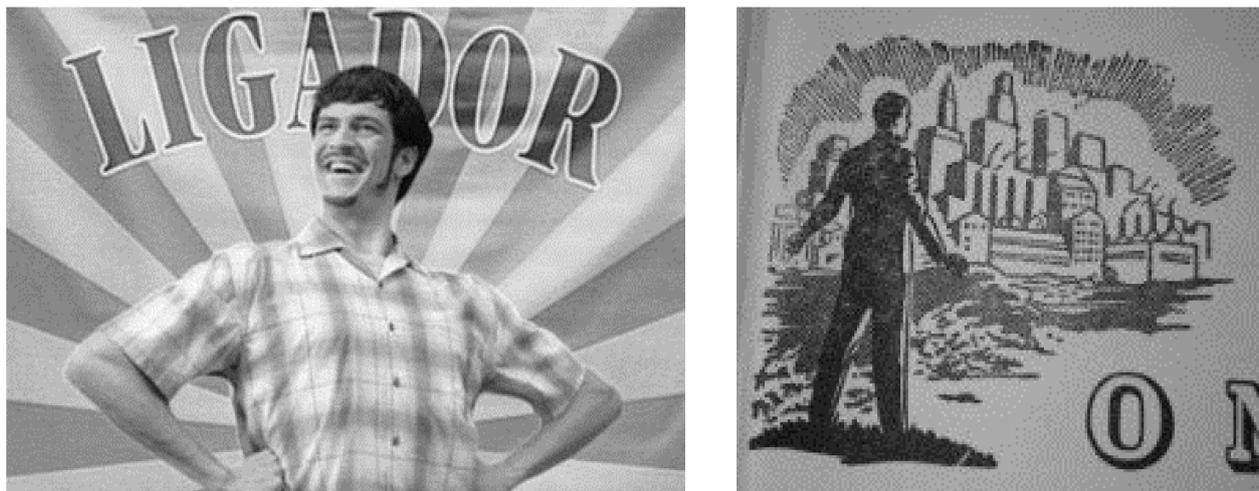


**Figura 5:** Cena de comercial “*Oi Agenor*”  
**Fonte:** COMERCIAL *Oi...* (2010)

A postura é inferiorizada e o olhar é submisso ante a mãe dominadora que, segundo vocabulário do livro *O môm e seus problemas*, é quem veste as calças naquela família. Essa “morte social” da condição histórica da masculinidade, no entanto, pode ser completamente invertida: basta o *Agenor* (que é condição, não nome de personagem) comprar o *chip* (o produto anunciado) e, com isso, tornar-se ligador com as liberdades (novamente esse léxico aparece) e o protagonismo que a condição ativa lhe reserva:

<sup>6</sup> Conforme transcrição de COMERCIAL *Oi...* (2010).

<sup>7</sup> Cabe observar que a palavra “receptor”, apesar de morfológicamente se referir ao autor da ação de receber, semanticamente descreve uma atitude “passiva”, já que é resposta a uma ação anterior (depende de um “ligador”, no caso). O que está em análise é a atribuição da dominância à constituição da masculinidade, que é um fato discursivo.



**Figura 6:** Cena de comercial “Oi ligador”  
**Fonte:** COMERCIAL Oi... (2007)

Segundo uma leitura possível, há regularidades no que diz respeito tanto à postura do corpo masculino na campanha publicitária quanto às “sadias diretrizes para adolescentes”. Trata-se de um padrão repetível de elementos iconográficos, cuja composição é histórica na medida em que, segundo Thomasset (2013, p. 159), o gesto do homem é amplo, mobiliza toda a força muscular e se realiza maximamente. Ele é o libertador da energia do corpo. Parafraseando o autor, em contrapartida, o ato realizado pela mulher é curto, repetitivo, obedece a um ritmo de vai e vem, por exemplo: ancinhar, limpar, rastelar, tecer, etc. Na iconografia clássica, o gesto augusto – amplo e harmonioso – é realizado por um semeador e não por uma semeadora. Assim, instalando na ostentação e na eficiência de sua força, o homem parece não ter nenhuma rival. É o que também alerta a Bíblia, tantas vezes citada pelo Dr. Shryock (1969), “[...] pois o marido é o cabeça da mulher, como também Cristo é o cabeça da igreja, que é o seu corpo, do qual ele é o Salvador” (Efésios 5:23)<sup>8</sup>.

Se a ninguém interessa ser um Agenor, ou seja, um perdedor (que não pode ligar nem mesmo para a mãe), é necessário que se adotem condutas viris (“Seja Homem!”). Ter dinheiro (prerrogativa da liberdade) é, assim, só a primeira das condições da expressão da masculinidade.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Problematizou-se, neste estudo, o discurso excludente de virilidade masculina que se materializa em práticas midiáticas brasileiras contemporâneas, as quais emergem e fazem circular padrões imagéticos repetíveis. Esses padrões tomam dados elementos de corporeidade do homem (de verdade), como a postura e olhar (no caso das páginas de rede social *Facebook*), como sistemas regulares que possuem espessura histórica no rigoroso processo de produção das condutas do belo – desejável, útil e apreciável, para Eco (2013).

Nessa trama enunciativa, associam-se campos do saber aparentemente tão díspares como a religião e a medicina (no caso do manual do Dr. Shryock), bem como atravessamento de um discurso econômico que, como tal, presta-se à venda de um produto e de bons valores associados a ele (como o caso da campanha publicitária da agência de telefonia *Oi*).

Se os discursos, como séries de enunciados que caminham juntas, respaldam práticas sociais, há que se considerar os possíveis efeitos da produção da subjetividade “homem de verdade”. Uma hipótese de pesquisa é que, pela positividade das formações discursivas, 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. Utiliza-se o adjetivo “danoso” para se referir a dizeres e imagens

<sup>8</sup> Conforme site Bíblia on-line ([2016]).

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.

Dado seu interesse em tratar dos sujeitos marginalizados, Foucault (2006) questiona, conforme epígrafe do estudo, 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, normatizadas até que, eventualmente, desapareçam. Há que se eliminar o diferente em nome de um regime de verdade hermético em relação às diversas formas de expressão do ser (que se reduz a uma só). Ninguém quer ser o Agenor, mesmo que seja só uma brincadeira.

## REFERÊNCIAS

AGAMBEN, G. *O que é contemporâneo? e outros ensaios*. Trad. Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó, SC: Argos, 2009.

ALDERSEY-WILLIAMS, H. *Anatomias*. Trad. Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Record, 2016.

BERGER, J. *Modos de ver*. Trad. Lúcia Alento. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BÍBLIA on-line. [2016]. Disponível em: <<https://www.bibliaonline.com.br/nvi/ef/5>>. Acesso em: 20 set. 2016.

CAROL, A. A virilidade diante da medicina. In: CORBAIN, A. et al. *História da virilidade* – 3. A virilidade em crise? Trad. Noeli Correria et al. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. p. 35-81.

COMERCIAL Oi receptor que vira ligador [2010]. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=b6QqOxIeyYg>>. Acesso em: 01 out. 2016.

\_\_\_\_\_. Oi – Agenor [2007]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=oGga6qopZsw>. Acesso em: 01 out. 2016.

CORBAIN, A. A virilidade reconsiderada sob o prisma do naturalismo. In: CORBAIN, A. 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.

ECO, U. *História da feiura*. Trad. Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2014.

\_\_\_\_\_. *A história da beleza*. Trad. Eliana Aguiar. 3 ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.

FOUCAULT, M. Poder-corpo. In: \_\_\_\_\_. *Microfísica do poder*. Revisão técnica Roberto Machado. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015. p.234-243.

\_\_\_\_\_. *A hermenêutica do sujeito*. Trad. Márcio Alves da Fonseca e Salma Tannus Muchail. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

\_\_\_\_\_. *A ordem do discurso*. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 25. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

\_\_\_\_\_. *A arqueologia do saber*. Trad. de Luiz Felipe Baeta Neves, 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

GÉLIS, J. O corpo, a igreja e o sagrado. In: CORBIN, A.; COURTINE, J.-J.; VIGARELLO, G. (Org.). *História do corpo: da Renascença às Luzes*. Trad. Lúcia M. E. Orth. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. p.19-130.

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

MANGUEL, A. *Lendo imagens: uma história de amor e ódio*. Trad. Rubens Figueiredo et al. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

NOLASCO, S. *De Tarzan a Homer Simpson: banalização e violência masculina em sociedades contemporâneas ocidentais*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. (Gênero Plural).

OI Agenor-ligador da OI. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=oGga6qopZsw>>. Acesso em: 01 out. 2016.

SHRYOCK, H. *O môço e seus problemas*. São Paulo: Casa Publicadora Brasileira, 1969.

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

TASSO, I. 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.

THOMASSET, C. O medieval, a força e o sangue. In: CORBAIN, A. et al. *História da virilidade – 1. A invenção: da Antiguidade às Luzes*. Trad. Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. p.153-201.

VEYNE, P. *Foucault: seu pensamento, sua pessoa*. Trad. Luís Lima. Lisboa: Albin Michel, 2008.

**Recebido em 31/10/2017. Aceito em 30/01/2018.**