

IDEOLOGIA E IMAGINÁRIO EM FUNCIONAMENTO EM DISCURSO VEICULADO POR REVISTA MASCULINA

Adilson Carlos Batista¹

Maria Cleci Venturini²

Resumo: O novo olhar sobre o sujeito-feminino indica conquista de espaço e ocupação de lugares antes reservados aos homens. Diante disso, interessa saber como vem sendo representado o sujeito-masculino na mídia impressa – revista *Men's Health*, da Editora Abril – perguntando pelo imaginário de sujeito-masculino e a que formação discursiva eles se filiam. Construímos um arquivo de capas dessas revistas durante um ano e meio (2012 a 2014), do que resultou um *corpus* constituído por dezoito capas e as Cartas do editor. Os fundamentos teóricos que sustentam as análises é o da Análise do Discurso, de linha francesa, fundada por Michel Pêcheux e desenvolvida no Brasil a partir de Orlandi e de pesquisadores que com ela trabalham na disciplina que considera o social e o histórico e enfatiza o sujeito e a ideologia para o discurso como prática.

Palavras-chave: Ideologia. Sujeito. Identidade.

Abstract: The new insight about the female-subject indicates the conquest of space and its occupation that was previously reserved for men. Considering this, the question arises how it has been represented the male-subject in print media - *Men's Health* published by Editora Abril - asking about the male-subject imaginary and what discursive formation they are affiliated. We organized covers file of these magazines for a year and a half (2012 till mid of 2013), that result in a corpus consisting of eighteen covers and letters editor. The theoretical foundation that supports the analysis is the Discourse Analysis of French Line, founded by Pêcheux and developed in Brazil by Orlandi and researchers who worked with her in the discipline that considers the social and historical and at the same time emphasizes the subject and ideology to discourse as practice.

Key words: Ideology. Subject. Identity.

Introdução

¹ Mestre em Estudos Linguísticos pela Universidade Estadual do Centro-oeste – UNICENTRO/PR. Professor da Educação Básica, Técnico-pedagógico em Língua Portuguesa da Secretaria Estadual da Educação do Paraná. Contato: e-mail - adilsoncurt@hotmail.com.

² Doutora em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), professora concursada e coordenadora do mestrado em letras - (UNICENTRO) Universidade Estadual do Centro-Oeste – PR. Contato: e-mail- mariacleciventurini@gmail.com

Há muito tempo se fala nas conquistas femininas e no destaque das mulheres em diversos espaços e profissões, o que permite realizar o seguinte questionamento: como vem sendo representado o sujeito-masculino, considerando as transformações e o novo olhar para o sujeito-mulher? O que retorna como memória em torno da representação masculina é quase consenso: ele é sempre forte, ativo, viril, invulnerável, provedor, não chora e não se preocupa com as aparências, pois tais sentimentos revelariam suas fraquezas perante a sociedade. Temos, assim, nessa perspectiva, um discurso construído a partir de um modelo de dominação heterossexual e que a mídia, como organizadora e produtora de memórias e, pautada em interesses socioeconômicos, tem contribuído para disseminação desses pré-construídos.

Os movimentos feministas e os movimentos gays das décadas de 70 e 80 apontam para a resistência a esse modelo, instaurando a redefinição do gênero masculino a partir da mídia e das transformações em torno da relação entre os sujeitos homem/mulher, configurando novo discurso e, também, a contradição e o antagonismo, tendo em vista a permanência de ideologias que sustentam valores cristalizados, apesar da resistência.

Em vista disso, o eixo condutor deste trabalho é a ideologia em funcionamento nos discursos veiculados na/pela mídia impressa e o objetivo é verificar que imaginário de sujeito-masculino se constitui e em que formações discursivas esses sujeitos se filiam a partir dos discursos que circulam na revista *Men's Health*, da editora Abril, recortando a Carta do editor e a capa.

O aporte teórico é a Análise de Discurso de linha francesa, mais especificamente, aquela fundada por Michel Pêcheux e que permite interpretar a relação entre homem-história-sociedade por meio do discurso – frisando que “1) só há prática através de e sob a ideologia; 2) só há ideologia pelo sujeito e para sujeitos” (PÊCHEUX, 2009, p. 135). Diante disso, sublinha-se que o enfoque está nos sujeitos e não em indivíduos, tendo em vista que este assume uma posição-sujeito no discurso, sendo interpelado em sujeito, como diz Pêcheux, do seu discurso pela ideologia. Por essa interpelação, ele é capturado por um mecanismo de naturalização, construindo certos efeitos de sentidos e não outros, pelo trabalho da ideologia na língua, o seu lugar material.

A AD nasce na década de 1960, na França, mas é ressignificada no Brasil por teóricos como Eni Orlandi, Freda Indursky entre outros, que praticam a teoria da interpretação, promovendo deslocamentos importantes na teoria que teve início com Pêcheux, caracterizando-a como sempre em transformação. Como destaca Indursky (2008, p. 09):

[...] esta teoria não é um corpo doutrinário cristalizado e estanque. Ao contrário. Trata-se de um quadro teórico que gera reflexão, que se interroga constantemente e para o qual a análise não implica a aplicação mecânica de conceitos, noções e modelos já formulados anteriormente. Esta é uma das características mais marcantes deste quadro teórico: questionar as diferentes teorias e questionar-se a si própria, sem acomodação.

Inicialmente, a AD priorizava o discurso político, mas conforme refere Indursky (2008) a disciplina foi se transformando, inclusive em relação ao sujeito, sem o qual não há discurso. Essas transformações permitem analisarmos os discursos que circulam na revista destinada ao público masculino, buscando a inscrição dos sujeitos em diferentes formações discursivas (doravante FDs) que determinam, de acordo com Pêcheux (2009), o que pode ou deve ser dito por esses sujeitos, e desencadeia questões em relação ao sujeito masculino, dentre elas: Que lugar esse sujeito ocupa na formação social e como esse lugar se legitima na/pela mídia impressa, na conjuntura histórica atual.

O artigo e as análises empreendidas sustentam-se na consolidação dos discursos constituídos socialmente em torno da reprodução e das transformações sócio-históricas ocorridas na construção da identidade de gêneros. Vale destacar pesquisas sobre essa temática, principalmente, no que concerne às transformações ocorridas em relação ao gênero feminino, destacadas por Bordieu (1995), no que tange à divisão do mundo em relação às diferenças entre feminino e masculino, mas sobre a construção da identidade masculina, há poucos estudos e mesmo esses poucos estudos fundam-se em discursos em torno do feminino. Isso faz com que se considere a necessidade de ampliar esses estudos, buscando os discursos sobre a identidade masculina, produzindo reflexões teóricas sobre esse campo de investigação, uma vez que uma “análise não é igual à outra porque mobiliza conceitos diferentes e isso tem resultados cruciais na descrição dos materiais” (ORLANDI, 2012b, p. 27).

O foco da pesquisa, em tela, são os efeitos de identificação instaurados entre o sujeito em relação à sua reprodução e à sua transformação identitária a partir da revista *Men's Health*, dedicada ao público masculino. Interessa, em função dessa especificidade, saber que imaginário de sujeito-masculino materializa-se na Carta do editor, considerando o funcionamento da língua na história e, também, que o sentido sempre pode ser outro, como destaca Orlandi (2012b).

O dispositivo metodológico incide sobre o discurso presente nas capas da revista e na Carta do editor, pelos textos-imagem que circulam na revista em torno do gênero feminino e masculino, focando na especificidade das capas e das cartas em torno da representação

imaginária do sujeito-masculino em relação às transformações da mulher. Na Carta do editor da revista, é apresentada a cada número a foto do sujeito-homem que será foco em cada edição. Nesse espaço, o editor da revista posiciona-se em relação aos conteúdos que serão tratados na edição, pressupondo o seu interlocutor/leitor.

Tanto na Carta do editor, como na capa da revista, os locutores são sujeitos-masculinos, que assumem uma posição-sujeito e selecionam como interlocutor o público masculino, como seus leitores. Assim, a partir dessa condição de produção, analisa-se o discurso e a ideologia que se fazem presentes na construção do público masculino dessa revista, buscando saber que imaginário de sujeito-masculino se materializa no discurso, destacando a memória e o saber discursivo que sustenta cada tomada de palavra no discurso na constituição da identidade do sujeito-masculino, que se estrutura na confluência de dois eixos, conforme Orlandi (2012b, p. 33), “o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). E é desse jogo que tiram seus sentidos”.

Desse modo, destacamos as condições sócio-históricas da revista em tela. A revista *Men's Health* foi lançada em 1987, nos Estados Unidos pelo editor e fundador Mark Bricklin. O objetivo da revista era, inicialmente, discutir a saúde do homem. O tempo passou e a revista se transformou, alterou seus conceitos iniciais, ampliou as matérias e trouxe novas discussões sobre a vida do público masculino. Com isso, passou a ser uma revista de estilo de vida para os homens, enfocando não somente a saúde, mas também os aspectos da vida de um homem, tais como: saúde, *fitness*, moda, nutrição, relacionamentos, viagens, tecnologia, finanças etc. No Brasil, a revista de periodicidade mensal, passou a ser publicada em 2006, com a primeira edição em 2 de maio desse ano, com matérias e objetivos focados nas classes A e B. Portanto, é a partir dessas condições de produção que destacamos o *corpus* da pesquisa.

Por meio das condições de produção – mídia impressa/revista *Men's Health*, da Editora Abril, realizamos as análises em torno do imaginário e da discursivização do sujeito-masculino por/nesse lugar/veículo, perguntando pelas formações discursivas a que eles se filiam a partir do discurso na Carta do editor e a imagem de homem que é representada na capa dessa revista. Para fins de análise, recortamos o *corpus* em sequências discursivas coletadas/selecionadas de dezoito revistas (outubro de 2012 a abril de 2014). Para isso, mobilizamos entre os conceitos o de sujeito, de ideologia, de memória discursiva, de interdiscurso (como memória e como pré-construído) e de formação discursiva.

As condições de produção das revistas *Men's Health* retomadas no decorrer da pesquisa sinalizam que o sujeito masculino tem sua imagem modificada, assim, como o discurso presente na Carta do editor. Os textos-imagem veiculados, inicialmente, são de

homens vestidos e com seus corpos bem cobertos, demonstrando cautela em relação à imagem de sujeito-masculino que o veículo dá visibilidade. O percurso dessas revistas sinaliza que, no decorrer das edições, os sujeitos masculinos vão, aos poucos, sendo despidos de suas peças de roupas.

A Análise do Discurso e os dispositivos teóricos

A AD é uma disciplina de entremeio e, de acordo com Orlandi (2004), realiza-se na confluência entre o materialismo histórico, a psicanálise e a Linguística. O seu objeto é o discurso e o sujeito interpelado pela ideologia e atravessado pelo inconsciente. Segundo Orlandi (2012b, p. 15), a Análise de Discurso

[...] concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que vive. O trabalho simbólico do discurso está na base da produção humana.

Pêcheux (2010) considera o discurso como em relação aos locutores dentro de algumas circunstâncias dadas, afirmando que não há relação linear entre enunciador e destinatário, pois ambos estão, de certa forma, tocados pelo simbólico. Portanto, a língua não é somente um código, mas um conjunto de palavras que carrega ideologias constituídas pelas formações discursivas presentes na formação social. A formação discursiva (FD) é

[...] aquilo que numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição de um programa etc.) (PÊCHEUX, 2009, p. 147).

Assim, tudo que o sujeito diz se inscreve em determinada FD. Ela configura o processo de constituição de efeitos de sentidos e a sua relação com a ideologia. O estudioso afirma que as formações discursivas são o espaço de enunciação de uma determinada formação ideológica (FI) e mantêm uma associação com a noção de formação imaginária. É o lugar de formação do sentido, pois vai determinar o que “pode” e o que “deve” ser dito, a partir de uma posição e de um acontecimento. As palavras podem assumir novos significados de acordo com os sentidos assumidos nas FD's, como afirma Michel Pêcheux (2009, p. 146-147) “(...) as palavras, as expressões, preposições etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam”. Por conseguinte, como destaca Orlandi, (2012b, p.

43), “tudo que dizemos tem, pois, um traço ideológico em relação a outros traços ideológicos [...]”.

As palavras, expressões e frases produzidas pelo sujeito enunciativo dentro de uma mesma formação discursiva se relacionam constituindo efeitos de sentido de acordo com a filiação do sujeito em FD e da identificação com a forma-sujeito. Vale destacar que a intenção falha, pois o dizer só é em parte acessível ao sujeito, o que se explica pelos esquecimentos da ordem do consciente e do inconsciente. As formações discursivas são heterogêneas e não apresentam fronteiras rígidas, uma vez que as FI constituem-se em um conjunto complexo de atitudes e de representações que não são individuais nem universais.

As FI estão ligadas diretamente por posições de classes em conflitos. As relações de classes que determinam posições sociais (não apenas no sentido econômico, mas, aí sim, ideológico) são garantidas pelo materialismo histórico (ideologia), representado pelo que Althusser (1985, p. 89) denomina *aparelhos ideológicos do estado*. Embora esses elementos não sejam discursivos, eles vão interferir no interior da FD, pois são os já-ditos que se encontram na memória discursiva da forma-sujeito interna a uma FD dada. Nesse sentido, pode-se afirmar que as FD's são heterogêneas, pois estão entrepostas pelos já-ditos.

Uma FD deve ser entendida como dois ou mais discursos em um só, estabelecendo a contradição como seu princípio constitutivo. Pode-se dizer que uma FD é uma unidade dividida e heterogênea. [...] O domínio de saber de uma FD funciona como um princípio de exclusão do que nela não é formulável, em função da FI de que provém (INDURSKY, 2013, p. 45, grifo da autora).

Como destaca Indursky (2013), os efeitos de sentidos dos enunciados terão novos sentidos em momentos diferentes, uma vez que uma FD não é atemporal. O sentido obtido através do discurso vai depender da posição-sujeito dentro da FD, ou seja, a posição ideológica sustentada por esse sujeito. Como escreveu Pêcheux (2019, p. 147-148),

[...] o sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição, ‘não existe em si mesmo (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante) mas, ao contrário é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões, proposições são produzidas (isto é, reproduzidas). [...] As palavras, expressões, proposições, etc. mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência às formações ideológicas [...] nas quais essas posições se inscrevem.

Nesse sentido, pode-se considerar que os discursos não são únicos e fechados, mas os efeitos de sentidos projetados na materialidade significante vão depender das condições de produção (CP). Podemos dizer que as CP compreendem as circunstâncias da enunciação, ou seja, o aqui e o agora do dizer, o contexto imediato no sentido estrito. Ela também pode

compreender o contexto sócio-histórico, ideológico, de forma mais ampla, ou seja, o sentido lato.

As CP representam a posição sujeito projetada no discurso, pois todos podem ocupar um lugar social, como cargo de presidente de alguma empresa, reitor de uma universidade, editor de uma revista, juiz de direito, professor; enfim, essa demarcação do sujeito pode afetar seu discurso ideologicamente. Segundo Orlandi (2012b, p. 40), as condições de produção

[...] implicam o que é material (a língua sujeita a equívoco e a historicidade), o que é institucional (a formação social, em sua ordem) e o mecanismo imaginário. Esse mecanismo produz imagens dos sujeitos, assim como do objeto do discurso, dentro de uma conjuntura sócio-histórica.

Desse modo, a interpretação tem relação com o imaginário, pois nesse processo interlocutivo do discurso são construídas as imagens que os sujeitos do discurso fazem de si e do outro. Dessa forma, faz-se importante mostrar as distinções entre sujeito e sujeito-autor, o primeiro está para o discurso assim como o segundo está para o texto, o qual, conforme Orlandi (2012e, p. 115), “não pode ser entendido como um recipiente de palavras organizadas, textualizadas, que guardam o sentido. O texto é concebido como algo heterogêneo que é atravessado por diferentes formações discursivas”, portanto, o texto se configura através de posições sujeitos sendo o espaço do interdiscurso e da memória.

O autor produz o texto, que tem uma superfície linguística fechada nela mesma. Dessa forma, ele vai assegurar a permanência de uma representação imaginária que é o projeto de um sujeito-autor e nesse objeto, o texto, sua completude. Ambos, tocados pelo simbólico, estão sujeitos ao equívoco, à contradição, à incompletude. O texto, portanto, irá se abrir enquanto objeto simbólico para as mais diferentes possibilidades de constituição de imaginários, pois o sentido encontra-se em aberto, mesmo não podendo ser qualquer um, logo, ele é a unidade que permite acesso ao discurso.

O sujeito-leitor constitui-se nessa relação com a linguagem e realiza gestos de interpretação pelos quais instaura efeitos de sentidos no texto, pelos discursos que retornam pelos furos constitutivos dele. Dessa forma, sujeito-autor e sujeito-leitor, participam do processo interlocutivo, dando visibilidade à reversibilidade. Assim, o texto, de acordo com Orlandi (2004) abre-se para a incompletude, encaminhando para discursos, enquanto prática simbólica, na qual a língua significa na história. É importante destacar que, no processo de interpretação, compreender como o sujeito-leitor desconstrói a estabilidade do texto e dos sentidos esperados pelo sujeito-autor, de acordo com os saberes de seu lugar social, é muito

importante, pois nesse processo que intervém a ideologia e o inconsciente como constitutivo do dizer.

Nesse sentido, pode-se afirmar que sentido e sujeitos são construídos ao mesmo tempo no discurso, pois para essa disciplina da interpretação, conforme Orlandi (2004), a noção de sujeito foi herdada da psicanálise lacaniana e se apresenta como um sujeito clivado, dividido, mas estruturado a partir da linguagem e associado aos conceitos de imaginário, simbólico e real. Assim, são ressignificados ao serem analisados pela AD. Essas considerações implicam saber que não se pode pensar no sujeito do discurso como fonte absoluta de seu dizer, uma vez que é interpelado em sujeito pela ideologia.

Para Althusser (1985, p. 89), viver na ideologia “significa numa representação do mundo determinada (religiosa, moral, etc) cuja deformação imaginária depende de sua relação imaginária com suas condições reais de existência, ou seja, em última instância das relações de produção e de classe”. Isso significa que o sujeito não sendo dono de seu discurso vai se constituir pelos discursos que ressoam no eixo da formulação que advém de outros tempos e sujeitos, instaurando efeitos pelas relações sócio-ideológicas. A identificação, contraidentificação ou desidentificação do sujeito se deve a sua inscrição na formação discursiva que o domina e essa inscrição tem a ver com o interdiscurso, como memória, que abarca todos os saberes mobilizados pelo sujeito, considerando os modos como ele se identifica à forma-sujeito.

Interdiscurso e memória discursiva são categorias diferentes para a AD, mas Pêcheux (2009) não faz essa diferença e Orlandi (2012b) mobiliza essas duas noções como tendo o mesmo funcionamento. Pêcheux (1999) destaca que a memória discursiva liga-se à existência histórica do enunciado no interior das práticas discursivas, regulamentada, de certa forma, pelos aparelhos ideológicos, possibilitando a lembrança, a repetição, a refutação e também o esquecimento destes elementos na formulação dos enunciados pelos sujeitos, ou seja, os sentidos que são autorizados pela forma sujeito ou refutados por ele. Nesse sentido, são ecos ideológicos que fazem ressoar uma memória coletiva, social. Já o interdiscurso diz respeito a todos os sentidos produzidos por vozes anônimas, ocorrendo desta forma a saturação dos sentidos, conforme sinaliza Courtine (1999), no interdiscurso não há um sujeito, tendo em vista que ele constitui-se pelo que é esquecido.

Em relação ao interdiscurso, Pêcheux (2009) afirma que o sujeito é afetado por dois tipos de esquecimento: o Esquecimento nº 1 e o Esquecimento nº 2. Pelo primeiro esquecimento, o sujeito se coloca como agente e origem de tudo o que diz. Esse modelo é da natureza do inconsciente e do ideológico e o sujeito ‘apaga’ e rejeita de modo inconsciente

tudo que está inserido na sua formação discursiva e, ilusoriamente, coloca-se como ‘dono’ do seu discurso. Pelo esquecimento nº 2, da ordem da formulação, o sujeito ‘esquece’ as possibilidades de outros sentidos, ou seja, ele privilegia algumas formas e apaga outras, no momento de seleção dos dizeres. Ao longo de seu dizer vão se formando famílias parafrásticas de tudo que ele poderia dizer, mas não disse. Esse esquecimento não é da ordem do inconsciente, todavia se apresenta como caráter do pré-consciente, ou semiconsciente, pois são ‘escolhas’. Portanto, na AD, o sujeito não é tão consciente quanto parece ser, ele está subordinado à língua para ser sujeito do que diz e vai se constituindo pela ideologia e se significando e ressignificando pelo simbólico na história. Segundo Althusser (1985, p. 96),

[...] a ideologia ‘age’ ou ‘funciona’ de tal forma que ela ‘recruta’ sujeitos dentre os indivíduos (ela os recruta a todos), ou ‘transforma’ os indivíduos em sujeitos (ela os transforma a todos) através desta operação muito precisa que chamamos de interpelação, que pode ser entendida como o tipo mais banal de interpelação policial (ou não) cotidiana [...].

Em sua obra, Althusser formula duas teses que se tornam muito importantes para compreender o sujeito e a ideologia, vale retomar as teses de Althusser (1985, p. 42) destacando que “1º não existe prática senão através de e sob uma ideologia; 2º não existe ideologia senão através do sujeito e para o sujeito”.

Nesse sentido, os sujeitos, nas condições de dominados, são interpelados pela ideologia e vivem espontaneamente ou naturalmente na ideologia porque “o homem é por natureza um animal ideológico” (Ibidem, p. 94). E, ainda, Althusser (1985, p.98), acrescenta

Como a ideologia é eterna, vamos suprimir a forma da temporalidade na qual representamos o funcionamento da ideologia e dizer: a ideologia sempre-já interpelou os indivíduos como sujeitos, o que nos leva a dizer que os indivíduos são sempre já interpelados pela ideologia como sujeitos, o que necessariamente nos leva a uma última formulação: os indivíduos são sempre/ já sujeitos.

Pêcheux (2009, p. 138), no início de sua teoria do discurso, retoma Althusser, priorizando a reprodução a partir das teses propostas por aquele que releu Marx. Nesse sentido, afirma que:

A história é um imenso sistema natural-humano em movimento, cujo motor é a luta de classes. Portanto, a história, ainda uma vez, isto é, a história de luta de classes, isto é, reprodução/transformação das relações de classes – com os caracteres infraestrutura (econômicos) e superestruturas (jurídico-político e ideológico) que lhes correspondem. É no interior desse processo “natural-humano” da história que faz eco à expressão de Freud: ‘o inconsciente é eterno’.

Do que precede, entendemos que o sujeito da AD é concebido a partir do Materialismo Histórico, constituindo a ideologia e a psicanálise pelo inconsciente. Assim, ele é essencialmente ideológico e histórico, pois está inserido em determinado tempo e lugar. Com isso, ele vai se posicionar por meio de seu discurso, todavia é levado a isso sem ter consciência dessa ação, pois ocupa um lugar em determinada FD. Portanto, discurso, sujeito, ideologia, formação discursiva, formação ideológica, memória discursiva e interdiscurso são conceitos essenciais para compreender e aplicar a Análise de Discurso como disciplina da interpretação. Entendemos que essa é a Análise de Discurso praticada, ainda hoje, e que a divisão em três fases é/atende a uma divisão didática. De acordo com Malidier (2003, p. 15), “Michel Pêcheux não construiu no firme. Ele é bem o homem dos andaimes suspensos de que fala de Thomas Herbert [...]. Em uma obra multiforme, que tocou os domínios tão diversos como a história das ciências, a filosofia, a informática, etc.[...]”.

Dizemos isso para justificar a Análise de Discurso para analisar nosso objeto, destacando que Pêcheux filiou-se desde sempre a disciplinas de interpretação, iniciou a teoria com a pretensão de criar uma grade de leitura, enfrentou um período de “tateamentos” e de autocrítica, mas trabalhou sempre junto a historiadores, linguísticas e filósofos, dentre eles Courtine, que continuou a discutir noções da teoria, dentre elas a formação discursiva, o sujeito e a ideologia.

Imaginário do sujeito-masculino: recortes e análises

O *corpus* selecionado para as análises é constituído por dezoito Cartas do editor e dezoito capas da revista *Men's Health*, da Editora Abril, selecionadas por um período de dezoito meses, nos anos de 2012 até meados de 2014. Faz parte do *corpus*, que chamamos de dispositivo analítico, conforme Orlandi (2012b), capas e Carta do editor. Diante da impossibilidade de mostrar todas as cartas no espaço de um artigo, recortamos sequências discursivas que servem de referência para as análises e que atendem aos objetivos propostos.

Diante disso, destacamos duas formações discursivas: uma em torno do sujeito-masculino tradicional e outra em relação ao que a revista destaca como sendo a do novo-homem. Essa última FD sinaliza um sujeito mais preocupado com a aparência, assemelhando-se ao sujeito-feminino. Com isso, a divisão estanque em torno dos gêneros, significando a mulher como o sexo frágil e o homem como o forte, distenso em relação à aparência fica relativizada, encaminhando para a transformação imaginária do homem e da mulher.

Nas análises, realizamos a descrição e a análise, atendendo ao que propõe Orlandi (2012b) como tarefa do analista de discurso. A Carta do editor destaca o enfoque da revista e, normalmente, tem relação com a capa da mesma. Desse modo, por meio das sequências discursivas, vamos analisando os textos-imagem de capas de revistas. Recortamos 13 sequências discursivas.

SD 1:

Sete anos atrás, falar de cremes para homens era coisa de metrosssexual. Não mais. Você venceu, leitor. Parabéns para nós.

[...] Um conteúdo que propõe uma vida mais legal, já e no futuro, a partir de pequenas mudanças nos hábitos e na maneira de pensar do homem.

A reverberação desse conteúdo em leitores ávidos por informação de qualidade, gente sem frescura, sem âncora no passado, que não precisa do aval de ninguém para desenhar o próprio destino.

Você como a gente, está receptivo para o novo e quer uma vida mais relax. Queremos você mais atraente visualmente, mais senhor de sua autonomia, com mais ferramentas para o sucesso profissional, sexual e social.

(Abril, 2013)

A desconstrução do imaginário em torno do sujeito é histórica e também discursiva, pois o discurso que circula na Carta do editor filia-se à formação discursiva de um ‘novo homem ou homem moderno’. Essa é uma evidência que resulta do trabalho da ideologia, tendo em vista que a revista destina-se aos sujeitos-masculinos, ‘sem frescura ou âncora no passado’, conforme um dos efeitos de sentidos em funcionamento na sequência discursiva (SD) 1, recortada da Carta do editor de abril de 2013. Nela, o editor assume a posição-sujeito, de quem reafirma a filiação à FD que rejeita a oposição estanque entre homem-mulher. A formação discursiva antagonista está pressuposta, ressoando como um discurso retrógrado, que pertence ao passado.

Ele se coloca como coparticipante dessas transformações ocorridas na formação discursiva do sujeito-masculino, ao firmar que “Sete anos atrás, falar de cremes para homens era coisa de metrosssexual. Não mais. Você venceu, leitor. Parabéns para nós”. Ao falar sobre os objetivos e conteúdos da revista a proposição é FD de um novo homem, que rompe com a tradição e se pauta nas “mudanças nos hábitos e na maneira de pensar do homem”. O discurso constitui-se pelo que se repete, formando redes parafrásticas e pelo que rompe com a repetição e instaura o imaginário em torno de um novo homem, ou homem moderno, conforme as sequências destacadas anteriormente.

SD2:

A revista é um verdadeiro manual para se viver melhor.
É você leitor do presente, contemporâneo, conectado que define o destino da revista que tomou para si.
Um espírito vanguardista [...] buscamos as mais inusitadas ferramentas para você conquistar sucesso social, profissional e sexual (...).

(Maio, 2013)

Na SD2, o imaginário em torno de um ‘novo homem’ é reforçado pelos adjetivos (contemporâneo, conectado e vanguardista) e pelo advérbio de tempo (presente) – [...] “É você leitor do presente, contemporâneo, conectado que define o destino da revista que tomou para si. Um espírito vanguardista” [...]. O texto-imagem da capa da revista em que a Carta do editor, cuja sequência foi recortada, dá visibilidade ao sujeito-masculino que se ‘mostra’ bonito, que posa de camiseta cavada e com uma postura mais sexual, instaurando a contradição em relação ao homem do passado. As palavras destacadas fazem trabalhar memórias em relação ao que rompe com o mesmo e instaura o diferente, encaminhando para a transformação que destaca o presente e o moderno, apagando o passado e o tradicional.

Nessa sequência, a revista funciona como uma FD, que determina o que esses sujeitos devem/podem fazer e esse efeito se constitui pelo enunciado “A revista é um verdadeiro manual para se viver melhor”, convocando memórias e discursos em torno do manual, que determina comportamentos e dizeres.

SD 3:

Entendi desde cedo na MEN´SHEALTH que deveríamos agir diferente, enfiar o pé na porta do conservadorismo do macho latino. Para evitar rejeição do leitor mais conservador, deixei o cara da capa com camiseta.

(Junho, 2013)

Na SD 3, constitui-se o efeito de sentido de oposição em relação à formação discursiva do sujeito-masculino tradicional. Essa evidência se efetiva especialmente pelo uso do verbo agir e pelo adjunto adverbial de modo ‘agir diferente’, que sinaliza para o rompimento com o passado e pelo substantivo *conservadorismo*, que é banido de forma radical e agressiva, o que ressoa por “enfiar o pé na porta”. Ressoa, nessa sequência, a rejeição ao “macho latino” e tudo que ele representa em termos de sujeito sócio-histórico, em que o imaginário de homem ligava-se à dominação, à masculinidade relacionada ao trabalho, a posições fortes e, especialmente, ao imaginário contraposto ao sujeito-feminino. O texto-imagem da capa da revista correspondente a essa sequência destaca um sujeito com um corpo bem definido, que dá visibilidade ao cuidado com o corpo, tanto em relação a exercícios quanto a cremes. O

sujeito-editor, no entanto, preocupa-se com os leitores conservadores e destaca as mudanças, mas prefere não exagerar, mantendo o sujeito de camiseta, evitando a nudez.

SD 4:

Somos exigentes e perfeccionistas. Queremos tudo ao mesmo tempo. Corpo sarado, músculos em dia, sucesso profissional e como as mulheres, alimentação saudável, roupas descoladas.

(Dezembro, 2013)

Na SD 4, o imaginário em torno do “novo homem” é constituído pelos adjetivos *exigentes*, *perfeccionistas* e é reforçado pelo verbo *querer*, juntamente com o pronome indefinido *tudo*. Essas palavras se relacionam aos desejos desse novo homem: corpo sarado, músculos, sucesso profissional, mulheres, alimentação saudável, roupas descoladas. Ressoa o discurso explícito em relação à mulher preocupada com o corpo, com a saúde e com a beleza. Ocorre o rompimento com os pré-construídos em relação ao homem do passado pela negação de memórias que estruturavam esse sujeito no passado. Gradualmente, os textos-imagem que ‘mostram’ esse sujeito-masculino vão mudando, as roupas ficam mais descontraídas e coloridas e a postura também. O sujeito se impõe pela beleza, antes considerada um atributo feminino.

SD 5:

Cuidar da aparência assim como construir um corpo legal, fazer sexo de forma plena, manter a saúde em alta, cultivar hábitos espertos de nutrição e turbinar o estilo e carreira – é fundamental para o bem estar masculino.

Os cinquentões atuais curtem esportes radicais, viagens legais, mandam bem na academia e na carreira, e tem mais oportunidades de sexo que seu avô tinha quando completou 50.

(Outubro, 2012)

Na SD 5, o foco está na idade e ressoam memórias e discursos em torno da velhice aos cinquenta anos. No passado, os homens com cinquenta anos eram considerados velhos e se comportavam como tais. A formação discursiva em que se inscreve o novo homem diz que nessa idade ele pode/deve ‘curtir’ esportes radicais, viajar, ‘mandar’ bem na academia e também na carreira e ter mais oportunidade de ‘fazer sexo’ e esse sexo pode ser feito de forma plena. Ressoa pela palavra plena o sexo de pouca qualidade ou pela metade. Isso tudo em comparação ao seu avô.

Trazer para o fio do discurso o avô e não o pai constitui o efeito de sentido de radicalismo, de rompimento total com as práticas do passado. Além disso, ressoa o sujeito-feminino que cuida da aparência e, também da saúde e que no climatério (em torno dos

cinquenta anos) faz reposição hormonal, frequenta a academia, viaja e faz sexo, em tese, de forma plena. Mesmo não estando dito, ressoa o contrário em relação ao sujeito-masculino. As mudanças em torno desse ‘novo homem’ não se restringem mais somente à aparência, mas também ao modo de ser e de viver.

SD 6:

Durante anos a masculinidade foi identificada com uma vida espartana e prazeres e broncos.

(Outubro, 2012)

Na SD 6, aparece no fio do discurso a relação com o passado, com a vida espartana e com os prazeres broncos. Constitui-se o efeito de rompimento e de mudança, feita pela revista, que se dedica a construir um sujeito diferente, apagando o passado e se posicionando de forma mais moderna em relação à vida e ao modo de viver.

SD 7:

Se a masculinidade (não chauvismo) sempre girou na órbita do macho clássico – leia-se coragem, pragmatismo, força... a sensualidade masculina vem ganhando novos contornos. Novembro 2012
A gente sabe que você curte conforto. Que é versátil, decidido, determinado, ágil como um aventureiro, focado como um marceneiro. Curte garotas inteligentes e bem informadas.

(Novembro, 2012)

Na SD 7, as palavras *masculinidade* e *macho clássico* se contrapõem ao antigo e instauram discursos em torno de um “novo homem” que para ser homem precisa de coragem, pragmatismo e força. E tudo isso vem pelo que é moderno, pelos cuidados com a beleza, que passam pela saúde, pela academia, pelo que é moderno e novo. Com isso, instaura-se um novo homem, que se aproxima do que é próprio da mulher, afastando-se do passado, do que é rude, bruto.

Ressoa, ainda, nessa sequência, o discurso em torno do conforto, da versatilidade que constituem rede com agilidade e aventura de quem tem um foco, sendo comparado ao marceneiro. Porque é moderno, ágil e detalhista, ele prefere “garotas” e não “mulheres” comuns. No entanto, em “garotas” não se refere necessariamente a mulheres mais jovens, mas estabelece relação com uma vida também ágil, moderna. Isso pelas redes que se constituem pelas palavras *inteligente* e *bem informada*.

As capas das revistas e os textos-imagem que ressoam como discurso sinalizam que, embora esse discurso se pautem na repetição do que está presente na maioria das revistas, ocorre o rompimento. Isso se mostra por discursos que ressoam a partir da memória discursiva, constituindo efeitos de concretização ou de evidência que sustentam o imaginário de sujeito-homem forte, viril, dono de seu próprio destino ou que “não precisa do aval de ninguém para desenhar o próprio destino”, transformando o que se tem como memória em torno desse sujeito.

Nas capas que correspondem às sequências discursivas funciona a contradição, marcando a referência aos sujeitos masculinos do século XIX – o homem do passado – e o homem do século XX – também já passado, mas projetando o sujeito-masculino do século XXI, o homem que vive já o início desse século e que se constitui como moderno. Constituem-se efeitos de que esse homem é forte, viril, o verdadeiro “deus grego”. Esse discurso acompanha e por isso repete, o discurso sobre o sujeito-masculino que historicamente construiu o imaginário da figura masculina pela ideia de virilidade, de força e de controle. Desde as sociedades mais antigas, há em pinturas, efígies, textos e discursos à imagem desse sujeito representado na ordem do simbólico como o mais forte e controlador dentro da sociedade.

Esse imaginário foi sendo reforçado, especialmente, entre os séculos XIX e XX, e, a partir da revolução tecnológica e social, o sujeito-masculino passou a ser representado como figura dominante na formação social, assumindo posições-sujeito de chefe de família, de provedor de todas as necessidades, de líder que decide todas as mudanças importantes da política etc. Esse sujeito foi e ainda é significado como aquele que domina países, controla exércitos, comanda guerras, lidera revoluções políticas, filosóficas ou científicas.

Nesse contexto, surgiram as primeiras publicações destinadas ao público masculino, as quais eram, sobretudo, de cunho erótico. Vê-se, dessa forma, que a mídia já buscava atender a um público de acordo com o imaginário em torno do masculino que fosse socialmente aceitável, tendo em vista os padrões morais e éticos da época. A partir desse modelo, a mídia discursiviza e significa o sujeito-masculino, representando-o imaginariamente pelo poder das normatizações sexuais desse momento histórico.

Nesse sentido, as análises encaminham para a contradição em funcionamento desse imaginário de sujeito-homem representado na atualidade, pois, ao mesmo tempo em que se diz moderno, o sujeito-homem é ressignificado por FDs antagônicas, que rejeitam esse novo homem e, conseqüentemente, a FD desse novo homem.

SD 8:

Para encontrar a garota ideal, use os mesmos princípios de contratação que o RH de uma empresa.

(Agosto, 2013)

SD9:

Subir na vida está mais difícil. As mulheres vêm disputando os melhores postos de trabalho e tomando posições de chefia que tradicionalmente eram masculinas. Isso é ótimo para o mundo, mas ruim para seu salário. Elas têm vantagens competitivas naturais: têm mais poder de comunicação e se adaptam mais facilmente do que nós.

(Outubro, 2012)

SD 10:

A temporada oficial de diversão está começando, o que significa mais sexo e menos compromisso.

Cinco passos para mandar bem com as amigas e continuar só amigo.

(Dezembro, 2012)

As sequências discursivas 8, 9 e 10 mostram o funcionamento da contradição, isto é, a relação entre o que é moderno e funciona bem em torno do sujeito-masculino e, também, o que não funciona tão bem. Esses efeitos se constituem porque esse novo homem aproxima-se da mulher, o que não é novo, mas ressoa em torno dela imaginários de agilidade, de força e de competência. No eixo da formulação do discurso aparece novamente o sujeito dominador que busca a garota ideal, e que vai usar critérios para isso, e esses critérios são determinados pelo RH, isto é, pelo Departamento de Recursos Humanos, espaço discursivo pelo qual ressoa a necessidade de eficiência, competência e “uma certa mais valia”. Ressoa, nessa sequência, pelo funcionamento da memória e pela ideologia a FD antagônica do sujeito-masculino machista e retrógrado, que coloca a relação humana como negócio, demonstrando, ainda, uma ideologia presente em séculos anteriores.

O mesmo ocorre, na SD 9, em que homem e mulher aparecem em lados opostos, porque ela está disputando “os melhores postos de trabalho” e está assumindo “chefias” e lugares que eram, tradicionalmente, ocupados pelos homens. O editor, enquanto sujeito, se coloca e assume um “nós” e se identifica com o masculino. Essa evidência se constitui pelo enunciado “é ótimo para o mundo, mas é ruim para o seu salário” e pela apresentação de qualidades femininas, dentre elas a natural competitividade, o poder de comunicação e de adaptação.

Na SD 10, a contradição entre homem e mulher instaura-se pelos contrários – diversão e compromisso, em que divertir-se é ter mais sexo e menos compromisso. A Carta do editor passa a funcionar como um manual que mostra os passos para “mandar bem” com as amigas e continuar “só amigo”. Com essa sequência apagam-se a igualdade de direitos e a mulher moderna, ressoando o homem predador, contrário ao que foi analisado nas sequências anteriores.

SD 11:

Sou macho, meus pneus não me deixam mentir.

(Março, 2013)

SD 12:

O que se trata aqui é de você ter o leme do seu barco nas mãos. É você driblar as profecias catastróficas e os apelos salvadores do céu ou da megalomania dos negócios, e tomar decisões sensatas, equilibradas, conectada à sua vontade. Enfim, é você ser líder de você mesmo, embarcar nos sonhos e oportunidades que vão fazê-lo realmente feliz. [...] A men'shealth é uma ferramenta para ajudar você a se capacitar, ganhar confiança e encarar o mundo real – aquele onde lidar com economia, a ressaca, o esforço e a recompensa só depende de você.

(Janeiro, 2013)

Na SD 11, ressoa o mesmo discurso machista e referem-se aos pneus que constituem efeitos de sujeito-masculino inseguro, que necessita recuperar seu posto porque está gasto. Esse efeito se constitui na SD 12 pela relação *leme* e *barco* que significa dirigir a vida, buscando afastar o que é negativo. A revista, por meio da Carta do editor, continua a funcionar como direcionadora, aconselhando o sujeito-masculino a ser líder, especialmente dele mesmo, a sonhar e a aproveitar as oportunidades. O que vai direcionar tudo isso é a própria revista. Ela é quem vai dizer como deve ser ‘o novo homem’. O homem moderno passa a competir com a mulher, buscando a beleza ideal, a vida sexual ideal e o trabalho ideal, sinalizando para uma crise de identidade.

SD 13:

Não é difícil definir o homem MH, só que é difícil para burro ser um.

(Dezembro de 2013)

A SD 13 resume que não é fácil ser um sujeito-masculino moderno, ágil, versátil e que tenha 50 anos e ainda consiga fazer sexo com qualidade. Um homem diferente do avô, que pratique esportes e seja bonito. E a revista define com facilidade esse homem, mas destaca que é difícil ‘pra burro’ ser um homem assim, ideal.

As treze sequências discursivas recortadas da Carta do editor mostram a contradição entre o homem definido pela revista e o homem que vive no mundo, junto com as mulheres e com todos os problemas que isso acarreta. Os textos-imagem das capas das revistas (que são 18), entretanto, não mostram essa contradição e esse antagonismo. Nelas, os sujeitos-masculinos simulam pertencer à formação discursiva do ‘novo homem’, pois todos os modelos que representam esse ‘novo homem’ são bonitos, fortes, bem vestidos e muito sarados.

Considerações finais

De acordo com as análises realizadas no *corpus*, faz-se importante destacar que o recorte preconizado, inicialmente, foi do gênero Carta do editor. As capas das revistas masculinas analisadas, entretanto, tornaram-se objeto de análise depois, pois a cada nova edição que íamos recebendo, observávamos que estava ocorrendo uma transformação no corpo do sujeito-masculino e essas evidências se constituem pelos textos-imagem das capas. Por isso, mesmo sem poder mostrar essas capas, destacamos que elas andam juntas com as sete primeiras sequências discursivas e mostram um homem bonito, elegante e de sucesso, além de forte e viril. Esses textos-imagem não ressoam a contradição e o antagonismo evidenciados nas sequências 9, 10, 11, 12 e 13, que sinalizam para a disputa e para a insegurança e que, ao contrário do que propõe a revista, valorizam a mulher e desvalorizam o homem, apesar desse último ser o público alvo.

Como efeito de conclusão, podemos afirmar que o imaginário construído em torno do sujeito-masculino é da emergência da contradição, em que se manifesta uma dupla forma-sujeito: um sujeito filiado a uma formação discursiva do moderno (o novo homem), que ele se preocupa com a beleza, com a aparência, estando aberto às transformações que encaminham para esse ‘novo homem’ em relação à posição sujeito-mulher. Esse ‘novo homem’ assemelha-se à mulher. No entanto, esse mesmo sujeito e a mesma revista sinalizam para uma formação discursiva machista, pela qual ressoam discursos e memórias do sujeito-masculino do século XIX e início de XX que estão ressoando constantemente, pela memória e por discursos que sustentam essas memórias.

Nesse sentido, o imaginário de sujeito-homem representado na revista *Men's Health* é contraditório e sinaliza que a revista dá visibilidade ao contraditório e ao antagônico, que

instaura no sujeito-masculino uma crise identitária, resultante de formações discursivas heterogêneas.

Referências

ALTHUSSER, L. *Aparelhos ideológicos de Estado*: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado. Tradução Walter José Evangelista; Maria Laura Viveiros de Castro. 7. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

BORDIEU, P. *A dominação masculina*. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995.

COURTINE, J. J. Chapeu de Clementis; observações sobre a memória e o esquecimento na enunciação do discurso político. Trad. de Freda Indursky. In; INDURSKY, FREDA e FERREIRA, M. C. L. Os múltiplos territórios da Análise de Discurso. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 1999.

INDURSKY, F. *A fala dos quarteis e as outras vozes*. 2 ed. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2013.

_____. Unicidade, desdobramento, fragmentação: a trajetória da noção de sujeito em Análise do Discurso. In: *Práticas Discursivas e Identitárias*: – Sujeito e Língua. MITTMANN, Solange. GRIGOLETTO, E. CAZARIN, E. A. (Orgs.). Porto Alegre: Nova Prova, 2008.

MALDIDIER, D. *A inquietação do discurso*: (re)ler Michel Pêcheux hoje. Trad. Eni Orlandi. Campinas, SP: Pontes Editores, 2003.

ORLANDI, E. P. *Interpretação*: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Campinas, SP: Pontes, 2004.

_____. *Análise de Discurso* – Michel Pêcheux. 3. Ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012a.

_____. *Análise de discurso*: princípios e procedimentos. 10. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012b.

_____. *Discurso em Análise* – Sujeito, Sentido, Ideologia. 2. Ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012c.

PÊCHEUX, M. Remontémons de Foucault a Spinoza. In: TOLEDO, Mario Monforte (org). *El discurso político*. México, Nueva Imagen, 1980.

_____. *Por Uma Análise Automática do Discurso*: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Organizado por Gadet e Hak, tradução de Bethânia Mariani et. Al; 3a. ed. Campinas, SP: Unicamp, 2010.

_____. Papel da memória. In: ACHARD, P. et al. *Papel da memória*. Trad. Horta Nunes. Campinas: Pontes, 1999.

_____. *Semântica e Discurso* – uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução: Eni Puccinelli Orlandi e outros. 4. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

_____. *A língua inatingível: o discurso na história da linguística*. Tradução de Bethania Mariani e Maria Elizabeth Chaves de Mello. Campinas, SP: Pontes, 2004.

_____. *O Discurso* – Estrutura ou Acontecimento. 6. ed. Campinas, SP: Pontes, 2012a.

_____. *Análise de Discurso*. Campinas, SP: Pontes, 2012b.