



Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Brasil

VITELLI, CELSO

Corpos e “modelos” de masculinidades: o foco nas mídias

Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, vol. 19, núm. 2, mayo-agosto, 2012, pp. 355-372

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495551011004>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

re^odalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Revista

FAMECOS

mídia, cultura e tecnologia

Cultura

Corpos e “modelos” de masculinidades: o foco nas mídias

Bodies and masculinity ‘models’: the focus in media

CELSO VITELLI

Professor do curso de Artes Visuais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – IA/UFRGS.
<cevit@terra.com.br>

RESUMO

Neste texto, procuro analisar algumas conexões entre os conceitos sobre masculinidades, corpos e mídias. Examino uma pluralidade de protótipos masculinos presentes nas mídias, demarcando superfícies de emergência de diferentes masculinidades, mostrando onde elas podem surgir. Destaco, ainda, os discursos que circulam em torno das ditas “novas” masculinidades, especialmente aquelas que vêm construindo também memórias e discursos corporais masculinos na mídia. Assim, esse estudo evidencia a interlocução entre corpos e masculinidades nas mídias impressas ou televisivas. Nas conclusões desta pesquisa, reconheço que nos tornamos conscientes de que não existe uma masculinidade ou um protótipo de corpo masculino que tenha a solidez de uma rocha, que ofereça uma garantia de ser vivida em plenitude para toda uma vida. Nos discursos das mídias, as masculinidades são muitas e vistas como negociáveis e revogáveis.

PALAVRAS-CHAVE: Mídias; Corpos; Masculinidades;

ABSTRACT

In this text, I have attempted to analyze some connections between the concepts of masculinities, bodies and media. I have examined a plurality of masculine prototypes that are presented in media, delineating surfaces of emergence of different masculinities, and showing where they may appear. I have also highlighted discourses about the so-called ‘new’ masculinities, particularly those that have constructed masculine body memories and discourses in media. Therefore, this study evidences the interlocution between bodies and masculinities in print media and on television. This research has led to me to conclude that we become aware that there is neither masculinity nor a masculine body prototype as solid as a rock, one that provides the guarantee of being fully experienced for a whole life. In the media discourses, there are several masculinities and they are regarded as negotiable and revocable.

KEYWORDS: Media; Bodies; Masculinities.

Em diferentes períodos históricos, sabemos como os estudos sobre corpos de crianças, mulheres e homens foram e são importantes para a compreensão de diferentes sociedades e culturas. Assim, o corpo não recebe sentidos somente pelos discursos proferidos em cada época, mas pode ser constituído pelos mesmos.

Palavras como corpo, masculinidade e mídia promovem neste texto uma imbricação de diferentes discursos que estão relacionados a esses termos. Com tal tipo de investigação, pesquiso a multiplicidade discursiva que vem se construindo em torno desses conceitos. Desta forma, importa examinar essas pluralidades discursivas sobre os corpos esboçadas nas mais diferentes narrativas e imagens das mídias, demarcando, desta forma, superfícies de emergência, mostrando onde elas podem surgir.

O que me instiga a estudar criticamente o corpo e suas relações com outros conceitos é pensar também em problematizar os discursos que circulam em torno dos diferentes corpos, especialmente aqueles que vêm construindo uma memória corporal masculina. Assim, penso contribuir com esse estudo, promovendo a interlocução entre mídias, corpos e masculinidades.

Sobre a relação entre corpos e mídias, inicialmente, podemos observar que algumas representações dos corpos que circulam nas mídias, na maioria das vezes, não só nos dizem algo que é recorrente sobre como devemos nos cuidar, agir e o que seria belo em um corpo (masculino ou feminino); mas dão, por exemplo, medidas *exatas* de beleza. Assim, podemos pensar em problematizar a glamorização de certos personagens presentes nas mídias, insuflados a mostrarem eternos *vencedores/as*. E também, somos convocados a pensar sobre a multiplicidade de representações corporais adotadas por estilos de vidas que nos identificam ou não com os grupos que pertencemos. Débora Lupton (2000) explica, por exemplo, que a ênfase em um estilo de vida cada vez mais ativo está intimamente relacionado à ampliação das responsabilidades do sujeito no que se refere à administração do seu bem-estar.

Desta forma, não se trata somente de descrever os corpos em si, mas sim, fazer o esforço de perceber os modos como estes são mostrados nos diferentes discursos da mídia, por exemplo. Trata-se de perceber que, em ações como um gesto, um modo de se vestir ou de caminhar, estão presentes certas aquisições sociais, muitas vezes fruto de mimetismos formais ou inconscientes. Roland Barthes questiona se o lugar mais erótico de um corpo é onde o vestuário se entreabre. Segundo ele é a intermitência da pele que cintila entre duas peças (as calças e o suéter), entre duas bordas (a camisa entreaberta, a luva e a manga); “é essa cintilação que seduz, ou ainda: a encenação de um aparecimento-como-desaparecimento” (Barthes, 2002, pp. 9-10).

Evidentemente, nos dias de hoje, nos estudos sobre os corpos, não podemos esquecer a forma física. Jurandir Freire Costa (2004) nos explica que qualquer que tenha sido a experiência corporal do sujeito, ele deve estar pronto a querer possuir o corpo da moda. Uma análise mais profunda desses pressupostos sobre os corpos deve selecionar tudo aquilo que é visto — voz, gesto, indumentária, vocabulário. Para Jean-Claude Schmitt (2003), os gestos, as atitudes, os comportamentos individuais são aquisições sociais, o fruto de aprendizado e de mimetismos formais ou inconscientes. Se, no entanto, eles parecem *naturais*, é porque são o “bem comum de uma sociedade inteira e de uma cultura que é preciso poder colocar à distância de modo a compreender seu caráter relativo [...] se existe, pois, uma história de longa duração, é bem a dos gestos” (Schmitt, 2003, p. 141).

Assim, podemos perceber que emergem aqui, como sugere Foucault (2002), os vários planos de diferenciação em que os objetos do discurso podem aparecer. Trata-se de mergulhar na materialidade das coisas ditas. Foucault nos mostra que há possibilidades de discursos e que as coisas ditas são sempre históricas e funcionam em práticas muito concretas. Desta forma, o discurso constitui nossas práticas e é construído no interior das mesmas. Afirma-se que discurso é prática porque os

discursos não só nos constituem, nos subjetivam, mas nos dizem o que temos que fazer, ser, agir. E, neste caso, Foucault salienta também a importância do controle da sociedade sobre os indivíduos, que esta não se faz apenas através da consciência ou da ideologia, mas também no corpo e com o corpo. Por exemplo, durante muito tempo, como nos lembra Costa (2002), foi importante separar os sujeitos entre cristãos e hereges, bárbaros e civilizados ou entre homossexuais e heterossexuais. Nos dias de hoje, para a maioria dos sujeitos, ser ou não ser homossexual é

“

uma questão mais aflitiva ou mais vital do que a de ser ou não ser herege, ser ou não ser religioso, ser ou não ser revolucionário, ser ou não ser corrupto, ser ou não ser oportunista ou mesquinho, ser ou não ser generoso e tolerante para com o outro, etc.”

(Costa, 2002, p. 91)

Levando em conta os discursos já apresentados até aqui, reitero que o objetivo desse texto é problematizar as representações do corpo masculino diante da profusão de imagens e discursos concentrados na mídia. Saliento também uma ênfase no campo da mídia porque, como nos lembra Douglas Kellner (2001), a cultura produzida pelos meios de comunicação ajuda a urdir o tecido da vida cotidiana, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, fornecendo materiais que possam forjar diferentes identidades.

Grosso modo, perguntaria inicialmente: os corpos masculinos que têm se evidenciado nas mídias (novelas, filmes, comerciais) referendam ainda somente *um*

modelo de corpo masculino? Em 1994, o inglês Mark Simpson lançou o termo *homem metrossexual*¹. A imagem do masculino metrossexual, quando surgiu, era associada ao jogador de futebol² David Beckham, ou aos atores Tom Cruise e Ben Affleck³, por exemplo, e considerada dentro das condições de emergência da época. A partir do protótipo Beckham, poderíamos pensar na possibilidade que permite hoje a um jogador de futebol⁴ gostar de cuidar tanto dos seus cabelos e da pele tanto quanto do seu preparo físico, necessário para uma boa *performance* em campo. Por um lado, a sensibilidade agora *fabricada* parece não comprometer mais a virilidade. *Esmalte e virilidade* – destaca em negrito um subtítulo da reportagem da revista *Veja*⁵, explicando que o jogador seria a combinação perfeita entre a fragilidade e a força: “ele passa esmalte e faz gols”.

Por outro lado, Lusa Silvestre escreveu na coluna “Coisas de homem”, da revista *Playboy* em maio de 2005, uma reportagem intitulada “O cool do brega”, fazendo algumas comparações entre os anos 80 e os anos 2000. Um dos subtítulos usados pelo autor chama-se “Viadagem”. Neste item, ela comparou uma personalidade que se destacava nas mídias dos anos 80, Roberta Close, com outra personalidade mais recente, no caso, o jogador de futebol David Beckham. O texto diz o seguinte:

“

Antes, se o sujeito aparecia com muito creminho, unha com base, era porque queria ser chamado de minha nega. Hoje, os caras cortam o cabelo no mesmo salão da namorada, fazem luzes, o pé e a sobrancelha. Pior: tentam nos convencer de que isso é moderno.”

(Silvestre, 2005, p. 22)

Inicialmente, arrisco dizer sobre os protótipos masculinos acima citados, nascidos e criados na cultura ocidental, que existe um possível remanejamento de todas as imagens até então dispostas em nossa tradição cultural do *ser masculino*. Desta forma, os metrossexuais podem ter reforçado a legitimação de um novo formato de masculinidade, defendendo uma maneira de viver outra possibilidade de “ser homem” nos dias de hoje. Eles tornaram visível ao senso comum que os corpos dos homens e as formas de masculinidades são muitas e podem ser consumidos/as e construídos/as em várias situações e lugares, desde as cenas mais prosaicas de novelas, filmes, *outdoors*, e que se estendem a uma cotidianidade vivida em várias instâncias: nas academias, nas escolas, nos clubes, nas famílias, as quais autorizam socialmente um tipo de reconhecimento e valorização. Segundo Wilton Garcia, o metrossexual pode ser visto como “uma manifestação visual contemporânea que atualiza o corpo masculino na chamada cena pós-moderna” (2004, p. 4).

Para atestar que as formas de masculinidades podem ser muitas, destaco também outra reportagem, de Camila Saccomori (2005), no jornal *Zero Hora*, que apresentou como capa do Caderno “Donna ZH” a seguinte manchete: “Saiba quem são os *emoboy*s”. Segundo a autora da reportagem, os *emoboy*s são

“

[...] *héteros* que não acham que assumir seus sentimentos seja coisa de gay ou apenas de mulher. O termo não tem paternidade reconhecida, mas sabe-se que a inspiração primeira forma as bandas de *emocore* – ‘*emotional hardcore*’ –, gênero surgido do circuito de rock independente. Ao contrário do metrossexual, o *emoboy* não é excessivamente vaidoso ou adepto de grandes produções. Gosta do modelito jeans (surrado, de preferência) e uma camiseta básica.”

(Saccomori, *Zero Hora*, 10 abr. 2005, p. 11)

A imagem exibida na capa do caderno era a do vocalista e compositor Jonathan Corrêa, da banda Reação em Cadeia. Nas três páginas que compõem a reportagem, encontramos os depoimentos de homens e mulheres das mais variadas profissões: uma especialista (no caso uma psicanalista), uma produtora de TV, um *webdesigner*, etc. Encontramos ainda imagens e descrições dos “Emoboys na realidade” da época: Marcelo Camelo (vocalista do grupo *Los Hermanos*), Chris Martin (Líder do grupo *Coldplay*⁶) e Thyrsó (o *chef* de cozinha do *Big Brother Brasil 27*); e dos “Emoboys na ficção”: Peter Parker (Homem-Aranha), Edgard Legrand (personagem vivido por Dan Stulbach na novela das 20h – *Senhora do Destino*⁸) e Ross Geller (personagem de David Schwimmer no seriado *Friends*). As opiniões sobre a sensibilidade masculina em tal reportagem são as mais variadas possíveis. Uma funcionária pública, por exemplo, afirmava que o homem deveria estar sensível, e não ser sensível, alegando que a sensibilidade tem a ver com o momento. Um rapaz com 24 anos de idade, residente em Novo Hamburgo, no Rio Grande do Sul, dizia que existia uma falta de romantismo, e ressaltava: “o lance de expor a sensibilidade não afeta a masculinidade”. Quanto aos personagens referidos acima, vemos que, especificamente nesse caso, os músculos já não são mais os protagonistas contemporâneos dos corpos masculinos. O investimento na “aparência” requer uma aplicação maior na sensibilidade masculina e certa harmonia entre elegância e delicadeza.

Assim, para além do metrossexual, as mídias nos mostram repetidamente novos modelos de masculinidades que surgem e se renovam constantemente. Nos meios de comunicação, já surgiram os *Uberssexuais*, que não são tão vaidosos como os metrossexuais, mas se preocupam com a aparência e, neste caso, são definidos como másculos e confiantes. Seria um modelo, talvez, mais viril e próximo do homem tradicional em uma versão mais contemporânea. Também nesta esteira de

novos modelos masculinos, existe o *Ladlut*, um homem preocupado com a família, que participa ativamente na educação e na vida dos filhos e ainda é eficiente nas tarefas domésticas. Existe também o *Neossexual*, que seria um misto do *Uberssexual* e de feminilidade — um homem viril e educado, mas com grande sensibilidade. Já o *Tecnossexual* é um homem cuidadoso com a aparência, mas sem exageros, no entanto, conhecedor e admirador das tecnologias vigentes. E, por último, temos o *Retrossexual*, o típico homem patriarcal, “machão”.

Como afirma Wilton Garcia

“

No cinema, na TV, na publicidade, no jornal ou na internet, ou seja, na mídia, testemunha-se a (des)construção do masculino, em razão de uma poética visual pautada na boa aparência e no consumismo. Uma superficialidade da pele que remete ao desejo masculino. Assim, emplaca-se uma ‘nova/outra’ imagem (midiática) dessa masculinidade desviada: símbolo do homem contemporâneo e urbano que não tem medo de assumir seu lado feminino.”

(Garcia, 2004, p. 11)

Na linha das reportagens, *Homem com H*, de Milena Fischer, do Caderno *Donna ZH*, jornal *Zero Hora* de Porto Alegre (2006), discute a crise dos estereótipos masculinos. Não diferente de muitas outras reportagens, a presença dos especialistas é uma marca do texto. De um lado, Harvey Mansfield, o conservador professor de política de Harvard, condena os metrossexuais e convoca os homens a assumirem seu lado rude.

De outro, Sócrates Nolasco, psicólogo e professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que escreve sobre masculinidade desde 1984. Este último, quando questionado sobre como seria o *homem com H*, responde que “Seria um homem com ‘h’ de humano. Um homem com capacidade de elaborar a sua vida e suas singularidades, riquezas e particularidades” (apud Fischer, 2006, p. 11). Ou seja, parecem ser infundáveis as discussões que cercam os conceitos de masculinidade. Assim, todas essas tipificações, entre tantas outras que poderão surgir, parecem anunciar que formas de viver diferentes masculinidades em bases menos dolorosas.

Não generalizo as ditas “novas masculinidades” como um campo de emergência para pensarmos na grande maioria dos homens brasileiros, mas, sim, apresento um recorte restrito a imagens presentes em espaços de convivência social, das mídias. Também seria interessante pensar o corpo masculino como um lugar de constantes conflitos. Por exemplo, para alguns homens (e também para crianças, jovens e adolescentes em geral), existe um evidente desconforto por não se enquadrarem nos ditos “corpos perfeitos”, projetados para a sociedade ocidental. Contardo Calligaris diz a respeito:

“

Nos casos mais graves, a obsessão do corpo destrói a vida social, profissional ou escolar dos sujeitos. Convencidos de sua feiúra, eles se escondem – num leque que vai desde se recusar a tirar a camisa até se trancar em casa. Abandonam estudos e carreiras para passar o tempo treinando. Sacrificam casamentos e relações amorosas. Não são raras as tentativas de suicídio.”

(Calligaris, 2001, p. 1)

Segundo Juan Carlos Volnovich (1998), existem dois espaços que se oferecem como lugares privilegiados para o corpo a corpo entre os homens; estes seriam a guerra e o futebol. Sócrates Nolasco (2001) também escreve sobre a relação existente entre masculinidade e as práticas coletivas presentes nos grandes centros urbanos, apresentando as torcidas e times de futebol como exemplos. “A masculinidade é uma experiência coletiva desenvolvida por intermédio de ritos, testes e provas concebidos para o sujeito responder publicamente se ele é ou não é homem” (Nolasco, 2001, pp. 104-105). E, dentro dessa lógica binária (ser ou não ser homem), Nolasco afirma que esta seria uma busca sistemática de inserção em práticas coletivas, através das quais os homens iriam, pelo desempenho, “garantir para si visibilidade e *status* social” (Nolasco, 2001, p. 105).

Certamente, nos dias de hoje, não é a guerra, mas o futebol⁹ um bom espaço de visibilidade do corpo a corpo entre homens. O futebol propicia um conglomerado de corpos que se tornam um, a equipe. Esse sentimento de equipe se traduz nas exaltações, nas estratégias de campo, nos sinais entre os jogadores, nas combinações, etc. O que passa a definir um bom jogador? Sua audácia, força, resistência em campo, cumprimento das regras do jogo. Às vezes, em atos extremados, o futebol aproxima-se muito da guerra, quando exhibe a luta travada em campo entre os times. Por outro lado, o futebol pode ser também sinônimo de nacionalidade manifestado principalmente em épocas de Copa do Mundo. O futebol experimenta os atos de uma batalha, mas não é a guerra. Assim, destaco a visibilidade que permite ao futebol ser um dos espaços de maior ocupação do universo masculino.

De qualquer forma, se não estamos inseridos em alguma dessas posições do masculino (guerra, futebol, etc.), procuramos por outras inserções em numerosas e distintas imagens que criamos e emolduramos, imagens que compomos fisicamente, na imaginação — pintadas, esculpadas, fotografadas, impressas ou filmadas. Contudo,

lembrando um pouco ainda o tema da guerra, não poderia deixar de mencionar a descrição que Foucault (1999) faz em *Vigiar e punir* sobre o corpo do soldado no século XVIII. Ele salienta que,

“

De uma massa informe, de um corpo inapto, fez-se a máquina de que se precisa; corrigiram-se aos poucos as posturas; lentamente uma coação calculada percorre cada parte do corpo, se assenhoreia dele, dobra o conjunto, torna-o perpetuamente disponível, e se prolonga, em silêncio, no automatismo dos hábitos; em resumo, foi ‘expulso o camponês’ e lhe foi dada a ‘fisionomia de soldado’.”

(Foucault, 1999, p. 117)

A escrita de Foucault se faz atual se pensarmos que, mesmo distanciando-nos do corpo do soldado, tantas outras “massas informes” são fabricadas, recompõem-se de corpos adolescentes, adultos, femininos, masculinos. Seria importante ressaltar também que, juntamente com essas imagens, promessas de “novas identidades” são pregadas e anunciadas constantemente, no caso, sobre o que é ser homem¹⁰ nos dias de hoje, sob os mais diversos aspectos – físico, moral e sensível. Para o sujeito do sexo masculino, segundo Nolasco, a masculinidade seria mais do que um termo identitário e sim, a expressão de sua marca sexual. “Ela representa um modo de inserção e reconhecimento, característica do vigor de organizações coletivas e desdobramento da rubrica alteritária” (Nolasco, 2001, p. 193).

Penso que, se somos subjetivados por diferentes mitos que se disseminam em discursos já seculares, é preciso estarmos atentos aos regimes de verdade que estes instituem em seu tempo, repetem-se, reforçam-se, excluem-se, reproduzindo os valores de modelos sociais que os tutelam. Para Roland Barthes (1999), o mito seria até uma fala. O autor explica que não se trata de definir o mito pelo objeto de sua mensagem, mas pela maneira como ela é proferida. E que o mito teria limites formais, mas não substanciais. Ele acrescenta também que por ser o universo muito sugestivo, quase tudo pode tornar-se mito. Cada “objeto do mundo pode passar de uma existência fechada, muda, a um estado oral, aberto à apropriação da sociedade, pois nenhuma lei, natural ou não, pode impedir-nos de falar das coisas” (Barthes, 1999, p. 131). Ele salienta a não existência de uma manifestação simultânea de todos os mitos. Barthes explica que certos objetos permanecem cativos da linguagem mítica durante certo tempo e depois desaparecem, e outros o substituem, acedendo ao mito. A afirmação anterior de Barthes reforça a ideia de efemeridade do mito. Assim, a concepção do autor é atual em relação aos mitos que podemos encontrar nos mais diferentes espaços, sejam estes culturais, sociais ou midiáticos. Ele ainda acrescenta que “o cinema, assim como a escrita, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isso pode servir de suporte à fala mítica” (Barthes, 1999, p. 132).

Já Nolasco, por exemplo, afirma que, “diferente do que fazem os mitos gregos, os mitos modernos não tratam de origens ou de transformações, mas partem de realizações individuais” (Nolasco, 2001, p. 251). A partir disso, penso na importância de procurarmos saber mais sobre essas “realizações individuais” às quais se refere o autor, como elas emergem, como elas são conquistadas, buscadas. Os mitos muitas vezes podem retomar essas realizações, corrigindo-as e algumas vezes modificando-as. Barthes (1999) salienta que é o próprio leitor dos mitos que deve revelar a função essencial dos mesmos. Um exemplo disso seria a descrição que ele faz sobre o mundo

do *catch*¹¹ em *Mitologias*. Destaco uma parte desse texto, em que o autor salienta uma das finalidades do *catch* – o que o público espera dele:

“

*Os lutadores, homens de grande experiência, sabem perfeitamente infletir os episódios espontâneos do combate no sentido da imagem que o público criou, para si próprio, dos grandes temas maravilhosos de sua mitologia. Um lutador pode irritar ou repugnar, mas nunca decepciona, visto que executa sempre até o fim o que o público espera dele, através de uma solidificação progressiva dos signos. No **catch** tudo o que existe, existe totalmente, não há símbolos nem alusões, tudo é dado exaustivamente; não deixando nada na sombra, o gesto elimina os significados parasitas e apresenta ritualmente ao público uma significação pura e plena [...] No ringue, e no mais profundo da sua ignomínia voluntária, os lutadores são deuses, porque são durante alguns instantes a chave que abre a Natureza, o gesto puro que separa o Bem do Mal e desvenda a figura de uma Justiça enfim inteligível.”*

(Barthes, 1999, p. 20)

Podemos fazer o exercício de substituir na citação acima o papel que desempenha o lutador do *catch* pelo papel que interpreta um ator, por exemplo, (quer seja este um mito cinematográfico, um super-herói ou um galã televisivo). O ator executa, também, sempre até o fim, o que o público espera dele. Isso se dá principalmente em relação às telenovelas, as quais, muitas vezes, têm seu texto construído (rumos dos personagens) de acordo com a vontade popular. Esses pressupostos referendam a importância dada por Barthes para a abertura do conceito de mito nos dias de hoje.

Desta forma, apesar da complexidade com que se estabelecem os processos de subjetivação, parece-me que ainda somos mais subjetivados a pertencermos ao grupo dos corpos “bem esculpidos” e a lutarmos por eles, sempre que necessário. Para Jurandir Freire Costa (2000), algo parece inelutável na condição humana, pertencer a um grupo é a exigência mais *sine qua non* para que nos tornemos sujeitos morais. O grupo, segundo o autor, dever ser “suficientemente sólido e durável para dizer o que devemos ser e por que vale a pena viver!” (2000, p. 2). Ainda segundo esse mesmo autor (2004), o fato de nos tornarmos mais atentos à variação de formas e funções corpóreas, logo em seguida, poderemos ficar mais sensíveis à ideia de renovarmos nossos estoques de imagens do corpo físico para estabelecermos e aceitarmos que, para corpos diferentes, existem felicidades diferentes. Assim, as discussões propostas neste texto estão articuladas às disputas travadas no território das identidades culturais e podem nos ajudar a pensar, neste recorte, sobre os corpos masculinos na mídia e tantos outros, marcados mais pelas culturas do que propriamente pela sua fisiologia.

Maria Rita Kehl (2003) nos propõe pensar o corpo ao contrário do que se diz frequentemente sobre este: a concepção do corpo como a propriedade privada de cada um. Ao contrário, ela afirma que o nosso corpo como objeto social nos pertence muito menos do que nós costumamos imaginar.

Considerações finais

As reportagens até então selecionadas para esse estudo mostraram, juntamente com a teoria a respeito, que as exigências para que os homens se transformem em certo tipo de *eu* – com um determinado corpo, voz, gesto, vestimenta, masculinidade, e tantos outros termos que nos compõem – são geralmente conduzidas por meio de operações que tanto os distinguem uns dos outros, quanto os identificam. São várias

as masculinidades em operação nas mídias, trata-se de vetores de personalidades, aspirações, imagens de como ser homem, de como ver e assumir masculinidades e os próprios corpos. Principalmente quanto às masculinidades, por exemplo, vê-se uma posição em certas entrevistas que prioriza um *entre* tudo isso, ou seja, nem macho demais, nem sensível demais. Assim, os modelos de masculinidades interessaram aqui, na medida em que funcionaram como tema gerador dentro de um grande sistema de permissões, interdições, valores, nos quais os homens são levados a falarem sobre si mesmos: seus futuros profissionais, seus sucessos e insucessos, seus desejos, prazeres (estéticos ou de lazer em geral). E, ao falarem sobre si mesmos, esses homens proferem discursos há muito tempo disseminados socialmente; mas também outros discursos, pertencentes à sua geração, discursos que circulam de forma tal, que alguns deles mostraram o quanto se tornaram por eles assujeitados.

Desta forma, a construção de masculinidades assume formas de experimentações infundáveis, ou seja, no meio de tantos protótipos que surgem (metrossexuais, *emoboy*s, *übersexuais*, entre outros), assume-se uma masculinidade num momento, mas muitas outras ainda não testadas estão à nossa espera. Assim como vêm surgindo esses termos para referirem-se às masculinidades, muitos outros não sonhados ainda estão por vir, por ser inventados, e talvez serão também negociados, negados ou cobiçados – algo que trará identificações múltiplas. Assim, penso que a própria definição de *ser*, para além de ser homem, pode ser pensada sob a categoria de metamorfose.

Desta forma, entre as conclusões abertas que fiz através desta pesquisa, reconheço que nos tornamos conscientes de que não existe uma masculinidade ou um protótipo de corpo masculino que tenha a solidez de uma rocha, que ofereça uma garantia de ser vivida em plenitude para toda uma vida. Nos discursos das mídias, as masculinidades são muitas e podem ser vistas como negociáveis e revogáveis. ●

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- BARTHES, Roland. *O prazer do texto*. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- CALLIGARIS, Contardo. Músculos Impossíveis e Invejáveis. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 08 fev. 2001. Caderno Ilustrada, p. 1.
- COSTA, Jurandir Freire. *O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.
- _____. *A ética e o espelho da cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- _____. *A inocência e o vício: estudos sobre o homoerotismo*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.
- COURTINE, Jean-Jacques. Os stakhanovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo. In: SANT'ANNA, Denise B. de (Org.). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.
- DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34, 2004.
- FISCHER, Milena. Homem com H. *Zero Hora*, Porto Alegre, 20 ago. 2006. Caderno *Donna*, pp. 8-11.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade 3: o cuidado de si*. Rio de Janeiro: Graal, 1999.
- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.
- GARCIA, Wilton. *O corpo contemporâneo: a imagem do metrosssexual no Brasil*. Revista virtual de humanidades, n. 11, v. 5, jul./set. 2004. Dossiê gênero. Disponível em: <<http://www.seol.com.br/mneme>> Acesso em: 23 abr. 2005.
- GÓES, Fred; VILLAÇA, Nízia. *Em nome do corpo*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998.
- KEHL, Maria Rita. As máquinas falantes. In: NOVAES, Adauto (Org.). *O homem-máquina: a ciência manipula o corpo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003. pp. 243-259.
- KELLNER, Douglas. Introdução. In: _____. *A cultura da mídia: estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru/SP: EDUSC, 2001. pp. 9-21.
- LOURO, Guacira L. Pedagogias da sexualidade. In: _____. (Org.). *O corpo educado: pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. pp. 7-34.
- LUPTON, Débora. Corpos, prazeres e práticas do eu. In: *Educação & Realidade: produção do corpo*, Porto Alegre, v. 25, n. 2, 15-48, jul./dez. 2000.
- NOLASCO, Sócrates. *O mito da masculinidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

- NOLASCO, Sócrates. *De Tarzan a Homer Simpson: banalização e violência masculina em sociedades contemporâneas ocidentais*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- SACCOMORI, Camila. Saiba quem são os emoboys. *Zero Hora*, Porto Alegre, 10 abr. 2005. Caderno *Donna*, pp. 10-12.
- SCHELP, Diogo. O homem em nova pele. *Revista Veja*, São Paulo, ano 36, n. 39, pp. 62-68, out. 2003.
- SCHMITT, Jean-Claude. A moral dos gestos. In: SANT’ANNA, Denise B. de (Org.). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 2003.
- SILVESTRE, Lusa. O cool do brega. *Revista Playboy*. São Paulo, ano XXX, n. 358, p. 22, maio 2005.
- VIRILIO, Paul. *Estratégia da decepção*. São Paulo: Estação Liberdade, 2000.
- VOLNOVICH, Juan Carlos. *Actualidad psicológica: periodico de divulgación psicológica*. Año XXIII, n. 253, maio 1998.

NOTAS

- ¹ Segundo Simpson, “o típico metrosssexual é um homem jovem com dinheiro para gastar, que vive numa metrópole ou perto dela – porque é lá que estão as melhores lojas, boates, academias e cabeleireiros. Poderia ser oficialmente gay, hetero ou bissexual, mas isso é totalmente irrelevante, porque ele adotou a si mesmo como objeto de amor, e o prazer como preferência sexual (*Folha de S. Paulo*, 2004). Em 2004, foi lançado o livro *O metrosssexual – guia de estilo: um manual para o homem moderno*, de Michael Flocker, pela Editora Planeta.
- ² Segundo Jean-Jacques Courtine (2003, p. 97), “a partir de 1890, o esporte tinha se tornado o passatempo favorito do americano macho de classe média. Como não ver, no corpo escultural do atleta, o ideal com que cada um já sonhava silenciosamente na solidão laboriosa do exercício?”
- ³ Ver também a revista *Veja*, Edição Especial *Homem*, n. 34, ano 37, p. 22, ago. 2004.
- ⁴ No futebol brasileiro, segundo Wilton Garcia, “o exemplo mais citado de metrosssexual é Alex Alves, do Atlético Mineiro, um jogador que não tem fama de usar salto alto no campo, mas é bastante vaidoso” (2004, p. 12).
- ⁵ SCHELP, Diogo. *O homem em nova pele*. *Revista Veja*, São Paulo, ano 36, n. 39, pp. 62-68, out. 2003.
- ⁶ *Coldplay* é uma banda de música londrina que se formou em 1996, tendo como vocalista, Chris Martin.
- ⁷ O *reality show Big Brother Brasil 2* foi exibido pela Rede Globo de Televisão no período de julho a agosto de 2002.
- ⁸ *Senhora do Destino* foi uma novela exibida pela Rede Globo de Televisão, no horário das 20h, no período de junho de 2004 até março de 2005.

⁹ Para Christian Pociello (2003, p. 119), “[...] os esportes coletivos permanecem como substitutos simbólicos da guerra, guerras eufêmicas de conquista e de defesa de território [...]” e “[...] representam também os últimos reservatórios das virtudes viris, das forças camponesas ou das qualidades operárias que as culturas masculinas defendem [...]”.

¹⁰ Refiro-me à construção do “ser homem” e não “mulher”, por ser este o objeto de estudo neste texto.

¹¹ O *catch* na França, segundo Barthes, corresponde, de um modo geral, à luta livre no Brasil.