

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS
BACHARELADO EM LINGUÍSTICA

***CORPO, POLÍTICA E DISCURSO: REPRESENTAÇÕES DISCURSIVAS DA
VIRILIDADE NA EXTREMA-DIREITA***

Gabriela Carolina Ferreira Gimenez

São Carlos /2021

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS
BACHARELADO EM LINGUÍSTICA**

***CORPO, POLÍTICA E DISCURSO: REPRESENTAÇÕES DISCURSIVAS DA
VIRILIDADE NA EXTREMA-DIREITA***

Gabriela Carolina Ferreira Gimenez

Orientador: Prof. Dr. Carlos Piovezani

**Trabalho apresentado como requisito
parcial para a obtenção do título de
Bacharela em Linguística pela
Universidade Federal de São Carlos.**

São Carlos /2021

Sumário

Resumo	4
1. Introdução e justificativa	5
2. Das fundamentações teóricas da Análise do Discurso	10
3. Mas o que é essa tal de virilidade, afinal?	13
3.1 Contornos da extrema-direita e seus discursos sobre o corpo viril.....	15
3. Representação da virilidade em discursos da extrema-direita Bolsonarista.....	18
4. Considerações finais	27
5. Referências bibliográficas	29

Resumo

O discurso é a materialização ideológica pela qual estruturamos, significamos e ressignificamos o mundo a nossa volta. De bases sólidas e profundas, muitas vezes, fincamos significados inconscientes e socialmente aceitos pela comunidade, tal como é o caso da masculinidade e da virilidade materializadas em reproduções e desdobramentos de lugares-comuns sobre as características do masculino e do viril. Tais propriedades que frequentam o imaginário de nossa sociedade ganham formas e significados em produções simbólicas, que, por sua vez, retroalimentam esse imaginário e o modificam mais ou menos extensa e intensivamente nas diversas classes, grupos e sujeitos sociais. Para abordar algumas especificidades desse processo no Brasil contemporâneo, elegemos o ponto culminante da era “Bolsonarista”, que se estende da sua pré-candidatura à Presidência da República, em 2018, até os dias atuais. A partir desse recorte, procuramos demonstrar como a virilidade consiste em uma relevante motivação dos discursos da extrema-direita brasileira. Nosso objeto de análise são os memes hiperviris pró-Bolsonaro. Um dos principais resultados de nossas reflexões e análises indica que esses memes desempenham um papel muito mais profundo do que apenas “satirizar” o universo não viril, uma vez que carregam e reatualizam uma memória de dominação sexual e de legitimação do homem repleto de testosterona. Com base na Análise do Discurso, neste trabalho de conclusão de curso, concentramos nossas reflexões nos modos como o corpo do homem hipervirilizado funciona como meio de propagação de uma ideologia machista. Esse funcionamento compreende tanto uma dimensão inconsciente, visto que compreende raízes profundas como o machismo e o patriarcado de nossa sociedade, quanto uma dimensão deliberada, tendo em vista seu uso eleitoral e manipulador pela extrema-direita brasileira de nossos dias.

Palavras-chaves: virilidade; análise do discurso; política; corpo, direita; extrema-direita

1. Introdução e Justificativa

“Uma voz máscula e natural, de que não se sente nem a afetação nem o artifício, é uma grande dádiva que a natureza oferece àqueles que a possuem. Sempre se louvaram os grandes homens nesse quesito. Que a voz do orador seja distinta em sua pronúncia e plena de vigor masculino; que ela não tenha nada de vulgar e de cômico. Observamos que os oradores que possuem a voz mole, efeminada, fluida e demasiadamente composta em seus tons tão o são em suas ações” (Dinouart. L'éloquence du corps, ou l'action du Prédicateur. Paris: Desprez, 1761, p. 148.)

É notório que desde eras mais remotas o espaço público e o universo da política se mantêm sob controle do homem, no gênero, mesmo. Séculos e mais séculos de lutas, fronteiras próximas e distantes foram atravessadas e, ainda assim, os seres de valores viris continuaram a ter uma série de privilégios também no campo das ações e das decisões políticas. Nesse campo, as relações intrínsecas entre linguagem e poder já foram, não poucas vezes, demonstradas, afirmadas e reafirmadas ao longo da história e, mais recentemente, conseqüentemente, também passaram a ser as fundamentais relações entre a linguagem, o poder e o gênero, agora operando como materialização do poder. Em obra recentemente dedicada ao empreendimento de uma “História da fala pública, Courtine e Piovezani (2015) afirmam o seguinte:

“Ora, o gênero da fala pública, por fim, tanto em francês como em português, parece frequentemente ser feminino apenas do ponto de vista gramatical. Assim, já se pode intuir a formação de uma percepção sexuada da fala pública, cujo destino será longo e consistente: nela contrapõem-se a força viril do orador que fala e vence o tumulto dos auditórios e a passividade feminina sob a forma cômoda do silêncio; contrastam-se a virtude masculina da coragem exigida pela *parrêsia* e o vício feminino da bajulação e do eufemismo; demarcam-se, finalmente, o ideal masculino da voz, que se assentaria na harmonia firme e viril da fala e que remonta à força dos gritos de guerra e caça, e a feminidade sedutora do canto, no qual ecoariam a melodia de ninfas e sereias. (COURTINE, PIOVEZANI. 2015, p. 16-17)

Ao longo da história, muitas e profundas transformações ocorreram, de modo que grupos subalternizados tenham, com muita luta, conseguido alcançar postos de comando e de poder, tanto no setor privado quanto no setor público. Isso não significa, contudo, e infelizmente, que as (o)pressões contra eles tenham cessado, tampouco que os prestígios atribuídos aos valores e às características masculinas tenham se extinguido. Foi diante dessas árduas, porém preciosas, conquistas políticas desses sujeitos que assistimos recentemente no

mundo, em geral, e no Brasil, em particular, a um refluxo histórico, no qual passaram cada vez mais a serem exaltados os signos viris e mesmo hiperviris.

É por essa razão que o presente trabalho de conclusão de curso (TCC) pretende, por meio da Análise do Discurso (doravante AD) de linha francesa, mais especificamente a de Michel Pêcheux, compreender a construção discursiva da condição do herói-viril como protagonista da história recente da política brasileira e o uso da virilidade como uma das marcas dessa criação.

Quando falamos de Discurso, cabe salientar que nos referimos às várias manifestações em que a língua é atravessada e ganha sentido no social, de modo que o Discurso é a exteriorização dos reflexos sobre o sujeito, o social, a história, a ideologia e o inconsciente, tanto coletiva quanto individualmente. Desse modo, podemos explicar os caminhos do sentido como uma interpretação mais ampla do que a linguagem é e toda sua vasta significação.

O interessante em falarmos sobre a imensidão de significados que um discurso pode apresentar é dizer que sua construção social é tangenciada pela sua construção individual, e vice e versa, é essa retroalimentação dos dizeres que faz/cria a significação de um todo. Assim, devemos lembrar que os discursos são perpassados por interdiscursos de modo contínuo e ininterrupto, são os vários “eu” dentro dos vários ditos e reditos de outros dizeres que criam toda essa atmosfera do que habita a abstração do sentido.

No que se refere à abordagem discursiva do dizer, redizer e até mesmo do não-dizer que percorrem os sentidos da significação, não podemos e nem devemos entender como verdades, mas sim como práticas e produtos históricos que determinam e moldam as maneiras pelas quais o dizer se faz presente e se concretiza na palavra e, para além, no Discurso.

Quando esse sentido é percorrido pelas ideias da criação midiática, que é o produto e será a *corpórea* desse trabalho, é indispensável entendermos que os atos da linguagem, nessa área, concentram-se no que é produzido, entre dois ou mais interlocutores, no desenrolar da comunicação verbal e não verbal. Toda a criação cenográfica da mídia é, em outras palavras, a sustentação recíproca do dito e do dizer. Nessa direção, poderíamos afirmar que o conceito de cenografia, proposto por Dominique Maingueneau, nos autoriza a identificar, obviamente dentro das suas leis e regras, que o discurso (midiático), objeto deste trabalho, pretende convencer, fazendo reconhecer a cena da enunciação que ele impõe e por intermédio da qual se legitima com certas singularidades enunciativas.

Nosso objetivo fundamental é, pois, utilizando a metodologia da AD, entender, e, quem sabe, desbravar, ao menos um pouco, as vias e meios que realizam de forma eficaz a simbologia

da criação heroica-viril de determinadas figuras políticas da história recente do Brasil. A criação midiática dessas figuras heroicas na política brasileira é uma forma de validação, afirmação e reafirmação de vários dizeres. Mas servem a qual propósito?

É bastante difícil falarmos sobre discurso, sujeito e mediação sem falarmos, também, sobre as questões ideológicas e suas várias faces. A ideologia não é fácil de ser definida, pois abrange o sistema das ideias e é por meio dela que há ou não há a legitimação de determinados discursos, uma vez que é ela quem prescreve as normas para a conduta humana, com o intuito de manter a ordem social, de certo modo, são pelas questões ideológicas que se concretizam as mudanças e interesses do Homem tanto para a manutenção, quanto para a transformação da realidade.

Podemos dizer, também, que é por meio dela [da ideologia] que nos caracterizamos e mais do que isso, subjetivamos e adjetivamos, pois não apenas fazemos uso para nomear o mundo à nossa volta, como também atribuímos nossos valores e crenças a tudo que nos rodeia. Assim, atribuímos à realidade seu poder de representação social, que é pautado na criação imagética e conceitual daquilo que dão significados às relações sociais. Dessa forma, a ideologia trabalha com símbolos e criações mentais – vemos aí a importância de entendermos as questões cenográficas descritas acima. Essa representação social é vista, por exemplo, na concepção de “Pátria-mãe”, que conota proteção e amparo a todos os cidadãos – mas, para quais cidadãos? – como se não existissem diferenças de tratamento e assistência aos problemas sociais a esses mesmos sujeitos causados por algumas rupturas do sistema. A Pátria é, de fato, a mãe de todos? Bom, é também ideológico pensarmos que sim!

A AD nos permite investigar de forma bastante profunda a eficiência de certas concepções atribuídas aos discursos midiáticos na exploração de determinadas figuras políticas e na criação proposital - ou não - de uma dualidade política entre os sujeitos moldados como heróis viris e anti-heróis, assim como explorar o papel ideológico de identificação coletiva-individual de ambas as partes.

Outro ponto importante, que deve ser mencionado, e diz respeito aos objetivos fundamentais, é que no entendimento de Courtine?; para se fazer Sujeito de uma história, é necessário que nela se ecoem memórias. Tais memórias discursivas, propostas por Courtine, servem de alicerce para levantar as questões que nortearão esse trabalho. Questões como por exemplo: como as palavras, os significados, os discursos são transmitidos por meio dessa cenografia midiática? Como os sentidos são mantidos? Como a língua(gem) é usada para criar ou recuperar memórias?

É interessante quando paramos para refletir sobre esse poder da natureza que, até onde sabemos, somente nós, seres humanos, desenvolvemos. Obviamente, que não damos à essa atividade humana responsável por moldar, revelar, externalizar, criar e muitas outras coisas, à sua devida importância. A língua.

Cabe aqui uma observação, na história, nenhuma tecnologia chegou aos pés dessa criação abstrata-funcional que é a língua. Ora, é por meio dela que é feita a organização social, sem ela, seríamos ainda primitivos homens das cavernas com pouco ou quase nenhum sistema organizacional. De fato, é por intermédio da língua que nos organizamos socialmente, significando e ressignificando o mundo à nossa volta. Há ainda aqueles que, seguindo uma lógica até um tanto quanto “distorcida”, em alguns casos, fazem uso convicto e consciente sobre o potencial do “poder da fala”. Note aí, o surgimento de uma figura icônica e ainda bastante difícil de se definir, o Coach comportamentalista. Se bem usada, a língua tem a capacidade de criar da mais obscura situação, uma figura pública de sucesso – Um exemplo disso, foi que recentemente vi um vídeo de um desses coaches, em que ele dizia: *“Dê um grito e mostre toda a sua masculinidade”* em uma de suas sessões lotadas de homens enfadonhos sedentos por um lugar de destaque. E todos gritaram.

É notório que, por exemplo, de uma situação bastante parecida, vimos a ascensão de Hitler. Um simples soldado de meia patente que descobriu na fala, ou melhor, na retórica o poder dessa criação - quase que genética - humana, a língua(gem) – Ok! Mas, o que a ascensão de Hitler tem a ver com a história política recente do Brasil? Pois bem, lá, em 1940, era essencial, também, mas não somente, que uma pessoa na posição do Führer tivesse boa retórica e mais do que isso, uma boa oratória. É importante, porém reiterarmos do papel crucial da propaganda Nazista. Pessoas como Goebbels e Riefenstahl na construção da imagem de Hitler e de que os nazistas usaram e abusaram da propaganda: de suas teorias, de suas técnicas etc. A imagem do Führer não foi construída por ele mesmo, mas também por outros que o “assessoravam”. A boa retórica é uma construção. Hoje, a retórica-política pode ser facilmente substituída por uma equipe técnica de mídia. Temos, então, a criação da espetacularização dos nossos candidatos à presidência da república nas eleições de 2018. Porém, para esse trabalho, vamos nos prender apenas a um específico, Jair Messias Bolsonaro, atual presidente da República Federativa do Brasil, eleito com 55,13% dos votos, sendo 58 milhões de eleitores de um total de 147, 3 milhões aptos a votar naquele ano, Bolsonaro venceu no segundo turno, computando, na realidade, 39,2 % de todos os eleitores aptos a votar em 2018.

É inegável, nos dias de hoje, a influência que as redes sociais, e seus grupos/nichos oriundos delas, exercem no que se refere ao fluxo de informação da construção sócio simbólica de uma determinada formação ideológico-imagéticas (os memes). Temos, nesse meio, a constituição de imagens que servem como instrumentos comunicacionais de mobilização de determinados movimentos de grupos sociais. Das comunidades do antigo e falecido Orkut aos

grupos de mensagens instantâneas do WhatsApp, gozamos, hoje, de um fluxo de informação súbito e contínuo, é a máquina da comunicação operando e em pleno funcionamento dia e noite.

A ideia de “rede social” compreende diversos significados, dentre eles, destacaremos aqui a “comunidade não geográfica”. A rede social digital, tal qual conhecemos, pode ser entendida dentro deste conceito, pois desde sua criação passou a representar um conjunto de pessoas (usuários) que, unidos por uma ideia, partilham de sua ideologia em torno de valores e interesses compartilhados.

Se, por um lado, temos a Análise do Discurso para investigar as profundezas ideológicas da palavra e o uso, proposital ou não, de dizeres que retomam memórias discursivas para a construção ideológica desses sujeitos “heroico-viris” e, assim, identificar o que leva a essa fetichização da virilidade nos mesmos, por outro lado, temos as plataformas pelas quais essas ideias são transmitidas – as redes sociais. Talvez mais perigoso do que um discurso fantasioso de exploração de estruturas enraizadas na sociedade, como o machismo, o patriarcado e a supervalorização da virilidade, seja essa exploração quase que desenfreada dos limites de tais comunidades. Sair desses limites, é sair da bolha e, esse, é o objetivo final de toda essa criação imagética, enfim “viralizar”.

É, por essas e outras razões, que este trabalho pretende compreender o funcionamento discursivo de alguns posts de grupos pró-Bolsonaro nas redes sociais, e, para tanto, fundamentaremos nosso trabalho em postulados da Análise do discurso, derivada de Michel Pêcheux, assim como em contribuições oriundas de Jean Jacques Courtine (2009) e de Dominique Maingueneau (2008) . Nos apropriaremos de seus postulados, noções e recursos metodológicos para tentarmos responder às questões já mencionadas no decorrer dessa introdução e justificativa, assim como especificar o objeto desse trabalho, que serão figuras e imagens (os famosos memes), que circularam nesses canais, ultra valorizando a virilidade como ponto central de caracterização e estereotipação do herói, no caso, Jair Bolsonaro, como homem de bem ideal.

2. Das fundamentações teóricas da Análise do Discurso

É absolutamente incrível a quantidade de textos e enunciados que fazemos, criamos, refazemos e recriamos todos os dias. Tais textos, inscritos em unidades, séries e conjuntos, partilham de um objeto comum. O discurso.

O objeto-discurso, é muito mais do que o texto ou os diálogos observáveis nele, é, em sua grande formulação, reflexos de uma interação muito mais profunda, predominante sobre o uso da língua, (sintaxe/semântica) e sobre uma determinada situação partilhada socialmente, é pelo exame da “ordem do discurso”

o que nos permite apreender as relações de identidade e diferença na variedade e dispersão do dizer em sociedade, uma vez que, por seu intermédio, constatamos as filiações e rupturas dos sujeitos em relação ao que já fora dito, sob a forma de retomadas, reformulações e apagamentos (PIOVEZANI, 2015, p. 35).

Como já mencionado, vamos nos prender a Análise do Discurso (AD) de linha francesa, uma vertente rica em conceitos e metodologias de observação, descrição e análise sobre as questões que cercam o discurso. Com vista a trazer alguns aspectos fundamentais da AD e entender o que é essa ciência, iniciaremos este capítulo com uma breve história de sua criação. Foi do Materialismo Histórico que a AD foi gestada e cujos princípios associam tanto questões linguísticas quanto psicanalíticas e históricas. Refere-se, por tanto, a um aparelho teórico-metodológico que parte do pressuposto de que o discurso é o lugar onde habita – com privilégio - a materialização da ideologia. Um de seus patronos, o linguista Michel Pêcheux (1938 - 1983), define o conceito de discurso não como correspondente ao caráter universal da língua, nem tampouco para a condição individual da fala, mas sim, pela normatividade de uma prática, que é determinada pelas lutas de classes.

Assim, entre a universalidade da língua e a singularidade individual da fala estaria situado um “nível intermediário”, “o nível da *particularidade*, que define ‘contratos linguísticos de tal ou tal região do sistema’. Envolvendo relações de força e de sentido, uma vez que compreende os conflitos ideológicos e as remissões a outros dizeres, o discurso é concebido na AD proposta por Pêcheux e seu grupo não como transmissão de informação, mas como “efeitos de sentido” entre interlocutores. (PIOVEZANI, 2015, p. 34)

Assim, podemos dizer que todas as reflexões geradas por essa vertente da AD francesa, procura entender como o pré-contruído, o já-dito, o interdiscurso e a memória discursiva se

inscrevem dentro do discurso, no intradiscurso e os efeitos de sentido derivados de tais inscrições da história no dito.

O intradiscurso, enquanto fio do discurso do sujeito, é inteiramente um efeito do interdiscurso sobre ele mesmo, uma interioridade determinada inteiramente do exterior (PÊCHEUX, 1990 *apud* BARONAS, 2013, p, 24)

É inegável o quanto a ideologia exprime a existência entre as relações de força que se materializam entre as relações dos dizeres de uma sociedade. Assim, temos que o discurso é a materialização - privilegiada – das ideologias. Em virtude disso, podemos afirmar que os sentidos são as produções da materialização das ideologias em um discurso.

o ponto essencial é que não se trata somente da natureza das palavras, mas também e sobretudo das construções nas quais essas palavras se combinam, na medida em que essas construções determinam a significação que as palavras terão. (...) as palavras mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam. (...) ‘mudam de sentido’ ao passar de uma formação discursiva para outra. (PIOVEZANI, 2015, p. 34).

Pêcheux afirma que o sentido de um enunciado (de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição etc.), não existe ‘em si mesmo’, mas, sim, é determinado pelas posições ideológicas em que são produzidas e reproduzidas. De certa maneira, esses sentidos fazem parte de processos sócio-histórico. De modo que eles estão no “aqui” e no “agora”, mas também no “ontem”, e no “amanhã”, é como dizer que a Ideologia, expressa nos sentidos das palavras, é atemporal.

Nas palavras de Piovezani, “o discurso é aquilo que dizemos sobre os seres, as coisas e os fenômenos num dado momento sócio-histórico e de posições ideológicas com as quais nos identificamos e às quais nos filiamos”.

Quando falamos que os sentidos das palavras não existem apenas em si mesmos, falamos do caráter polissêmico de suas formulações. Os sentidos não são inerentes à palavra em si, mas derivam de relações de equivalência que se articulam e se moldam estabelecendo, assim, a relação de sentido entre os discursos.

Assim, os sentidos se materializam por meio de processos históricos. Como diria Foucault, na produção do dizer, há dispersão, por um lado, mas também há a regularidade de uma prática que controla o que pode ser dito: “o que se chama ‘prática discursiva’ (...) é um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou

linguística, as condições de exercício da função enunciativa”. (Foucault, 1997, p. 136).

De certo modo, podemos dizer que tanto Pêcheux quanto Foucault, cada um a seu modo, mostram que é preciso identificarmos posições de dizeres muito semelhantes entre si, pois eles, de certo, provém de uma mesma questão ideológica.

Em suma, a AD é uma ciência de análise minuciosa da sociedade e do que ela expressa ao longo do tempo. Com isso em mente, podemos, enfim, adentrar ao nosso *corpus*, a questão da virilidade e sua fixação pela extrema-direita nos meme sobre Jair Messias Bolsonaro que se estende das eleições presidenciais do Brasil de 2018 até os dias atuais.

3. Mas o que é essa tal de virilidade, afinal?

Como uma linguista (ou quase) vejo aqui a necessidade de definição do termo virilidade para que, a partir dele, possamos desbravar as questões discursivas. Para o Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa, “Viril” é um adjetivo, ironicamente, de dois gêneros, e, em todos os verbetes, temos uma descrição sobre o que é, ou deveria ser o viril. Dito isso, temos: “É relativo ao próprio do homem, do varão; masculino, varonil; com características que são consideradas como próprias do homem, másculo, varonil; dotado de coragem, energia, vigor, destemido, forte.”

É curioso pensarmos o valor simbólico que a virilidade carrega. Segundo a definição de George Vigarello (2013), a virilidade, tendo esse critério representativo, atravessa os tempos, as sociedades, as culturas, os cotidianos, as sociabilidades, as ações coletivo-individuais, a economia, as construções de classes, e se caracteriza por moldurar as relações de poder ligado ao corpo e a códigos sociais internalizados na coexistência do que é coletivo-humano. Note aí, algo interessantíssimo para a Análise do Discurso, a internalização de conceitos ideológicos – repare, por um momento, a carga semântica no que tange a articulação de dois simples sintagmas. “SEJA HOMEM”. - Frase essa, certamente ouvida por quase todos os homens - Vemos, que o núcleo do sintagma verbal se encontra no verbo “ser”, porém no modo imperativo (seja). Eis aí, um outro ponto importante sobre essa pequena análise discursiva de um fenômeno sintático, o que esse “imperativo” faz aqui?

De modo geral e meramente descritivo, o imperativo funciona na língua com o intuito de acentuar uma ordem, de caráter autoritário, determinante e impositivo. O modo imperativo é o tempo verbal pelo qual se expressa essa “necessidade” de sugestão de forma incisiva. É intrigante quando nos deparamos com o valor sociocultural dessa frase e o quanto ela coloca em evidência algo que a maioria esmagadora, senão todos, os homens já ouviram, pelo menos uma vez na vida. É sobre essa necessidade de uma (auto)afirmação de ser homem, e, de demonstrar sua virilidade, que tais discursos articulam toda uma estrutura de domínio social e sexual que legitima e é legitimada pela, e, para, dominação da masculinidade; o homem, então, deve representar, para a sociedade, um ser sem falhas, distante de contradições, e não subordinado - “O homem não chora” (ou não deveria); temos, então, o homem, sem medo e, mais do que isso, nessa frase, temos também, a legitimação do que é ser homem, e do que não o é - uma dualidade lógica. Se o homem é o ser que não chora, quem é o ser que chora? A

mulher.

Coragem, poder, vigor e força física. Eis as características do corpo que, nos primórdios da história da virilidade, associavam-se a um ideal de perfeição masculina. Ser viril seria o homem “completo”, em sintonia com uma tradição imemorial constituída por códigos, rituais e formações que geraram guerreiros, heróis, patriarcas, enfim, o homem de verdade. (Witzel, [1983] 2013, p.)

O “império do macho”, e todo esse modelo de organização que é mapeado pelas possibilidades que nos permitem colocar essa discussão dentro dos critérios da AD e sob à luz de reflexões que nos assegura posicionar como objeto de investigação, e, matéria significativa, tanto produtora quanto reprodutora de sentidos. O corpo - do homem.

Vale ressaltar que, à critério de análise, não devemos tratar o corpo aqui mencionado como físico – fisiológico – mas sim sob a ótica discursiva. O corpo, então, é uma representação social idealizada e imersa historicamente. A virilidade, nesse sentido, possui caráter simbólico, histórico, físico, estético político, ideal, material e todas as questões que ecoam de transformações no tempo e espaço.

O corpo, na forma idealizada, revela-se como sendo de caráter identitário dentro dos valores sociais, é, pois, partindo dessa idealização que temos o florescer do mito, mito no sentido expresso por Durkheim, ou seja, o mito é o reflexo de características cultivadas de dada projeção social, de tal modo a ser validado pela coletividade. Desse modo, podemos chamar, então, de “mito da virilidade” / “mito da masculinidade” e dizer que é uma expressão legítima pois se expressa em todos os sentidos coletivos-individuais da nossa sociedade.

É inegável o papel mitológico da virilidade em toda a construção da sociedade moderna e o quanto esse papel foi sendo construído e modificado ao longo do tempo. Dos cavaleiros medievais aos voluntários de guerra, vimos a ascensão desse ideal de homem forte, estrondoso, musculoso, firme e destemido, o homem que não teme a morte: o padrão Steve Rogers (capitão américa) – seria a guerra e seus campos de batalhas a escola perfeita para modelação do corpo e da alma de um homem viril, másculo, varão; legítimo?

Não há forma linguística mais materializada para entender tais aspectos do que uma expressão/enunciado. Para ter uma ideia do quão valorizada a masculinidade é, e sempre foi, na nossa sociedade, tomemos aqui a afirmação de Joseph de Maistre – um grande conservador francês – que, em 1797 enunciara “as mais nobres ideias da virtude viril são realizados na guerra” - Não nos faz lembrar de um certo enunciado? “*O soldado que vai à guerra e tem medo de morrer, é um covarde*” disse Jair Bolsonaro em entrevista coletiva em julho de 2015(Referência da entrevista) – Acho que podemos dizer que da mesma água que bebeu

Maistre, mergulhou Jair Bolsonaro.

3.1 Contornos da extrema-direita e seus discursos sobre o corpo viril

Frequentemente se atribuiu aos fascismos, com razão, o projeto de fazer surgir um “homem novo”, depois da suposta degenerescência do século XIX e do massacre da Grande Guerra. Esse homem novo foi de fato frequentemente mais um... homem do que mulher. Se a muito famosa aliteração “Kinder, Kirche, Küche” não tem nada de especificamente nazista, e é encontrada na Alemanha tanto antes quanto depois do Terceiro Reich, os fascismos italiano e alemão se distinguem por seu julgamento comedido sobre a mulher e a feminilidade. Um e outro podem ser definidos como o projeto de fazer surgir, mais do que uma humanidade, uma nova virilidade. (Chapoutout, 2013, p. 335)

Não é de hoje essa fixação pelo belo e estrondoso corpo masculino dentro da política direitista e, também não é de hoje, essa dualidade entre o que é ser homem e o que não o é. De fato, temos ao longo da história essa caracterização máscula sendo evidenciada longas e repetidas vezes. Em meados de 1935, Adolf Hitler, junto da Organização das Mulheres Nacional-socialistas (NFSO), disse que a mulher se limitava ao seu marido, a família, aos filhos e ao lar. De um lado, homens bravos, guerreiros-viris, e do outro, “a bela, recatada e do lar” que sempre foi o modelo padrão cultural da mulher na política da extrema-direita. - Fico me questionando sobre essas incessantes necessidades de separação: não é singular como essa postura em tecer oposições entre o que é do homem, e, o que é da mulher vem sendo objeto de desejo aos direitistas? - Há, então, em certo grau, uma afirmação do sujeito que cria essas figuras, os memes, juntamente com todo o movimento ideológico do “macho alfa”; uma necessidade de autoafirmação do sujeito e afirmação do seu oposto. Aí temos as figuras em pares e em discordância: Bolsonaro X Lula; Hetero X Gay; Homem X mulher; Branco X Preto e por aí vai.

A virilidade fascista ou nazista não se define, no entanto, somente pelo enfrentamento, sobretudo banal e tradicional, entre homem e mulher. Desde 1922, na Itália, em seguida depois em 1933, na Alemanha, a virilidade é construída por uma série de oposições nítidas e claras [...] A Alemanha, particularmente, a definição da virilidade não tolera qualquer sentido da nuance, do intermediário a da transição: a mistura é reprovada, a indefinição é proscriba e somente uma virilidade quimicamente pura é aceitável. Definir a virilidade é, portanto, em primeiro lugar, excluir as antíteses supostas e postas do ser masculino – devendo o homem ser suficientemente inteiro e firme para que ele próprio saiba excluir: excluir o feminino e os de outra raça.(Chapoutout, 2013, p. 336)

Esse controle simbólico que a virilidade desfruta, está intimamente ligado ao seu oposto. “O homem define-se viril na diferenciação diante de homens fracos ou desajeitados, e das mulheres” (MACHADO, 2019 p.05). Por isso é bastante comum hoje em dia ouvirmos,

como forma de insulto, inclusive, chamar alguém de “comunista” quando não faz parte do viés ideológico de Bolsonaro, os “liberais, conservadores e direitistas”

A mulher politizada, é comunista; o gay, é comunista; o preto é comunista... e, assim, vão se criando rupturas no sistema político; temos os varões, viris e seus apoiadores ideológicos (alguns inconscientes da macroestrutura de poder que os coloca como apoiadores de um discurso embasado em paradigmas históricos de raízes profundas da sociedade: o patriarcado, o machismo etc.); e do outro lado, temos aqueles que, infelizmente, são colocados como “o inverso”, “o estranho”, “o abominável”, “o novo”, os que teimam em negar as regras. Mudamos o foco, mas a discussão é mesma, a desaceleração de novos conceitos, novas formas de ver, analisar e se colocar no mundo.

Há, de certo modo, uma fixação pelo corpo do homem e pelo estimo à misoginia que toma conta da extrema-direita. Em algumas imagens bastante replicadas vemos sempre a mesma afirmação dessas dualidades; o herói, configurado em Bolsonaro, e o vilão, representado por toda sua oposição. Em uma delas, por exemplo, há uma foto de Jair Bolsonaro como traje do exército em contraste com a de Jean Wyllys durante sua participação no programa de reality Show Big Brother Brasil (BBB) em que Jean está vestindo um sutiã; a frase do meme era: *“Enquanto meu ídolo (bolsonaro) tava brincando de pular de paraquedas (nas forças armadas do brasil) o seu tava usando sutiã no BBB”*. É bastante perturbadora a existência de não apenas essas e outras dualidades, mas também a necessidade da criação imagética e ideológica de um herói da nação, e do seu o vilão.

E disso, temos várias criações, e pior que isso, Fake News, como as imagens que seguem abaixo, e dispensam mais análises.

Figura 1 – Fake News Jean Wyllys



Fonte: catraca livre ¹

Figura 2 - Fake News Manuela d'Ávila



Fonte: Folha.uol.com.br ²

As razões do ódio nazista pelo homossexualismo são múltiplas: uma tradução de discriminação bem ancorada nas culturas e nas religiões ocidentais (o cristianismo, por exemplo) os preconceitos e as rejeições da época vitoriana e o argumento angustiado, quase pânico, de diminuição da natalidade nacional. Não contente com oferecer o exemplo de desnaturação biológica (pois um homem está destinado ao acasalamento com uma mulher), o homossexual priva a raça do uso legítimo dos órgãos reprodutores desviados de sua função. (Chapoutout, 2013, p. 340)

É inegável que todo esse discurso, não apenas recuperam memórias como legitimam e (re)afirmam comportamentos machistas e sexistas. Desconsideram que sob essas “brincadeiras” - como eles mesmos se referem a isso - há profundas consequências psicológicas, destruição da

¹ Disponível em: < <https://catracalivre.com.br/dimenstein/jornalista-usa-jean-wyllys-para-dar-otima-licao-sobre-fake-news/>> Acesso em: 31 Jun. 2021

² Disponível em: < <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/02/verificamos-manuela-jesus/> > Acesso em: 31 Jun. 2021

autoestima e, infelizmente, em alguns casos, traumas permanentes. Jean Wyllys (PSOL) recebeu inúmeras ameaças a sua vida, a de amigos e família: em 2019, acabou por optar em desistir do seu mandato, por medo! - um medo justo!

Figura 3 - Folha Jean Wyllys 1



Fonte: Folha.uol.com.br ³

Essa violência não começa de forma banal e escancarada, começa como uma “brincadeira” - de mal gosto - com os meninos “com trejeitos de meninas” com as meninas por serem meninas, enfim, na infância nós replicamos comportamentos que vemos na sociedade, é simples, começa com um insulto, uma brincadeira de mal gosto, depois um tapa, um empurrão, e vai crescendo até o limite; da ameaça de metralhar alguém com pensamento oposto ao seu, ao assassinato (Marielle Franco que o diga). Muitas vezes a crença e a difusão do ideal de virilidade parece ser algo trivial, sem consequências, mas que, de fato, tem consequências muito sérias como a perseguições, a agressões, e o ódio sob a identificação eleitoral do outro. No que tange a política, a pior das consequências, o voto em candidatos que apelam para essa idealização hipertrofiada de uma masculinidade tão violenta.

4. Representação da virilidade em discursos da extrema-direita Bolsonaroista

³ Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/01/com-medo-de-ameacas-jean-wyllys-do-psol-desiste-de-mandato-e-deixa-o-brasil.shtml> > Acesso em 31 Jun. 2021

[...] A masculinidade é este lugar “vivificado”, dinamizado por meio da ação, das vivências interacionais que o constituem. Cadeia que envolve atitudes, posturas, condutas e que faz emergir um “eu masculino”, “que surge não apenas através da interação com os outros significativos, mas também das disposições que se desenvolvem numa organização, em benefício de seus participantes”. Esses benefícios são auferidos por intermédio do valor simbólico positivo que a masculinidade detém em reação à feminilidade, o que permite falar em “alta taxa de conversibilidade” entre masculinidade e poder simbólico. (DE OLIVEIRA, 2015, p. 273 a 274)

É inegável as facetas pelas quais a virilidade é externalizada dentro dos discursos da extrema-direita. Em dado momento de sua pré-candidatura à presidência da república do Brasil de 2018, Bolsonaro enunciou: “*Um soldado que vai a guerra e tem medo de morrer é um covarde*” – Foi o suficiente para a criação, em larga escala, de memes, tais como os que seguem abaixo:

Figura 4 - Bolsonaro Capitão América



Fonte: Figura recebida via WhatsApp

Figura 5 - Rambonaro



Fonte: Facebook⁴

Note, por um momento, a estrutura corpórea, aqui presente: Bolsonaro, em ambas as imagens é representado como uma espécie de homem patriota, de índole, musculoso e bronzeado, o viril. O homem que vai a guerra, que morreria pelo seu país.

“Na Roma Antiga, corpo bronzeado era sinônimo de virilidade; logo, o homem que não o fosse, teria a sua virilidade questionada, já que a cor pálida era típica da mulher. Além destas qualidades, homem romano era o que possuía um belo corpo - atlético, guerreiro e barbado -, pois a barba era sinônimo de que agora o jovem era um homem viril.” (MENIN, Assis, Felipe, p. 225, 2017)

Carregamos, ainda hoje, características culturais e sociais que usamos para caracterizar o que é, e o que não é um homem viril. É fundamental que entendamos que o lugar e a condição dos homens e mulheres na sociedade atual está cada vez mais em destaque nas discussões sociais. É obvio que, tradicionalmente, a construção do que é um homem está sempre em contraposição ao que é ser mulher. Tal construção tem sido há muito tempo relacionada ao ideal ideológico de práticas que identificam ao gênero masculino a virilidade, a força e ao poder advindo de fatores genéticos e biologicamente constituídos.

⁴Disponível em:

<<https://zhen.facebook.com/GiovaniFalcone.SCS/photos/fechadocombolsonaroforamaiaforaalcolumbre-foradoriaforastfglobalixo/682961725818684/>> Acesso em: 31 Jun. 2021

E assim, temos vários textos como as figuras anteriores, os memes, que exaltam os líderes da direita e extrema-direita e são comuns em todo mundo. As imagens, que circulam livremente em grupos de Facebook, Instagram e WhatsApp e essa circulação torna cada vez mais rápida a propagação e, sobretudo, a dificuldade de identificação da imagem original, o post que iniciou tudo, o post “zero”. Páginas e grupos com mais de 15,1 mil seguidores que afirmam e reafirmam a todo momento um discurso de narrativa heroica, viril e caricatural.

Um texto publicado em 2018 pela revista acadêmica *Participations Journals Of Audience e Reception Studies*, afirma que ainda que essas montagens tenham alto poder de impacto, apesar de usarem da paródia e do bom humor, não são inofensivas, mas sim, “uma maneira chave de se engajar, com democracia, a cidadania atualmente.

O exemplo a seguir nos ajudará ilustrar alguns dos funcionamentos analítico-teórico da AD no que diz respeito ao entendimento profundo dos significados.

Figura 6 - Bolsonaro e Trump



Trump & Bolsonaro

Fonte: Twitter⁵

Temos acima, uma reprodução de uma “fã- arte” da capa do jogo “Street Fighter” dos personagens Ryu e Ken, sendo representados, respectivamente, por Bolsonaro e Trump, na imagem, o *slogan* tema da campanha à presidência da república dos Estados Unidos da América

⁵ Disponível em: < <https://twitter.com/BrazilBrian/status/1201476477302296577/photo/2> > Acesso em: 31 Jun. 2021

usado, primeiramente na campanha presidencial de Ronald Reagan, nas eleições de 1980, e posteriormente popularizado por Donald Trump durante sua campanha presidencial em 2016. “Make America Great Again”, mas no caso da nossa imagem temos a substituição de “America” por “Brazil”. “Make Brazil Great Again”. Que em tradução significa “Fazer o Brasil Grande Novamente”. - A que Brasil, afinal, ele se refere?

De fato, que esse o Brasil a que ele se refere é, na verdade o “Brazil” com z das elites, do capitalismo, subserviente aos interesses norte-americanos etc.

Tendo em vista, que o sentido funciona através da relação do intradiscurso com o interdiscurso, compreendemos que os efeitos de sentido que ecoam dessa imagem estão relacionamos ao poder viril, bélico e violento historicamente marcado e já mencionado anteriormente.

O intradiscurso, opera sobre si dois traços distintos: o pré-construído, ou o “conhecimento geral das coisas” o lado histórico, muitas vezes inconsciente; e a articulação, que permite ao sujeito constituir-se como tal em relação àquilo com que o próprio discurso se constrói, e dessa maneira se constituir na retomada de discurso que circulam em outros lugares. São discurso que se inscrevem numa memória discursiva que defende a existência de uma relação entre as partes “America” e “Brazil” dentro de dado contexto.

Outro modelo de meme que circulou com o mesmo enunciado, mostra Bolsonaro sozinho, segurando uma arma, fazendo referência ao filme Rambo III, seguindo os traços pré-determinados pela figura do homem viril.

Figura 7 - Bolsonaro como Rambo e frase



Fonte: Twitter⁶

⁶ Disponível em: < <https://twitter.com/Carrochal/status/1057430907630637057/photo/1> > Acesso em: 31 Jun. 2021

Quando falamos em pré-construído e já-dito temos que o pré-construído não necessita de nenhum tipo de abstração que ateste sua coerência de sentido, enquanto o já-dito, por outro lado, necessita de uma espécie de “diálogo” com encadeamento do discurso, ou seja, o já-dito depende do conteúdo que atestará a coerência do sentido do pré-construído.

Nas duas imagens anteriores, temos a presença do discurso [do]outro – as memórias que das referências pelas quais as imagens foram construídas - que se sobre(im)põe ao discurso do [eu] locutor – o novo enunciado em cima do que fora dito anteriormente e dá ao texto sua interdiscursividade completa.

Segundo a tendência historicista, essa abordagem parte do pressuposto de que em distintas materialidades textuais que circulam nos mais diversos campos e suportes é possível encontrar determinadas regularidades de sentido. Dessarte, essas duas últimas imagens possuem regularidades de sentido, que ocorrem, em última instância, por serem o resultado das mesmas condições de possibilidades históricas.

Esse processo de retroalimentação da figura caricatural do homem viril em todas as imagens é, antes de tudo, de ordem do discurso que é produzido, ou seja, de uma tendência cultural de idolatria do corpo do homem pela direita e extrema-direita do Brasil, e, também, no mundo, haja visto memes como esses usados, também para se referir, por exemplo ao primeiro-ministro russo, Vladimir Putin, ou ex-presidente americano, Donald Trump e à várias outras figuras veneradas pela direita. A cultura, enquanto princípio de regramento do discurso dita o que pode ser autorizado e o que não entra na ordem do enunciável.

No entanto, quando o assunto é a oposição entre homem/mulher, temos várias construções em que a mulher é colocada, tal qual a imagem abaixo.

Figura 8 - Bolsonaro e mulher



Fonte: Twitter⁷

O *modus operandi* padrão da masculinidade -tóxica- moderna representou durante os séculos XVIII até parte do XX o que seria a imagem mais positiva que a civilização ocidental fez de si própria. Características como potência, poder, domínio, vigor, força, coragem, atividade, ousadia, valentia, eficácia, sagacidade, firmeza, segurança, impotência, inteligência, competência, integridade, invulnerabilidade além de muitas, e muitas, outras qualidades que frequentemente foram ligadas ao sexo masculino. Todos esses adjetivos, colocados como pedestais entre os homens, para os homens e em função dos homens. Todos, atributos de uma (auto)projeção pensada em contrabalancear o polo oposto.

A oposição masculino/feminino é reforçada através de outras dicotomias paralelas, tais como forte/fraco, grande/pequeno, pesado/leve, quente/frio, claro/escuro, dominantes/dominado, ativo-penetrante/passivo-penetrado etc., presente em formulações predicativas que orientam percepções e juízos cognitivos, em eu frequentemente as avaliações positivas recaem sobre o primeiro polo da díade, associados ao masculino, enquanto as avaliações negativas se vinculam ao segundo, geralmente relacionado ao feminino. Essas associações automáticas alicerçam o impensado que habita o nosso pensamento e são continuamente reiteradas pela cultura, exprimindo-se naquilo que Bourdieu chamou de *inconsciente sexuado*. Vincula predicação e juízo valorativos a um impensado que habita nossos pensamentos e percepções, transportadas para a relação de gênero, indica como os atributos masculinos indiretamente se apoiam em classificações e predicações outras para legitimar simbolicamente seu status favorável e positivo quando contrastado com os atributos femininos. A imbricação dos estratos de dá tantos nos lugares simbólicos quanto nos imaginários, aliás, ela só é eficaz em função desse paralelismo simultâneo [...]” (DE OLIVEIRA, 2015, p. 275)

⁷ Disponível em: < <https://twitter.com/CintiaCardili/status/1047253658545651712> > Acesso em: 31 Jun. 2021

Não é de hoje que vemos essas construções, durante a campanha eleitoral desse mesmo fatídico ano, muitas imagens fazendo distinção entre as mulheres consideradas de direita e as de esquerda circularam na tentativa de destruir a uma construção de mulher, por outra.

Figura 9 - Mulheres de direita e de esquerda



Fonte: The Intercept Brasil⁸

Para Simone de Beauvoir, a partir de sua perspectiva, à qual ela se refere como “moral existencialista” (BEAUVOIR, 2009, p.30), o corpo é “instrumento de nosso domínio do mundo” (BEAUVOIR, 2009, p.65), para ela o corpo não é apenas objeto estudado pelos cientistas, Beauvoir compreende o “corpo como sujeito de experiência”, um corpo situado conforme a experiência do existente que está nesse corpo, que é esse corpo. (OLIVEIRA, J, 2014, p.268)

Não é de hoje - sabemos - que a mulher, enquanto sujeito Outro é fixada como um objeto na sociedade, ela é destinada à tal papel desde a sua formação, em relação ao homem, o chamado “sujeito absoluto” direcionado a transcender a sua condição desde a infância. -

Quando falamos dessa “dicotomia do corpo” homem/mulher, falamos, também, da

⁸ Disponível em: < <https://theintercept.com/2018/12/27/feminismo-e-feminejo/> > Acesso em 31 Jun. 2021

associação do olhar alheio e das instituições ao corpo vivido de cada mulher por meio de uma essência feminina, de uma ideia de Mulher socialmente construída, e, mais uma vez o ideal de “Bela, recatada e do lar” aparece como eco dentro desses encontros pré-construídos de muitos já-ditos socialmente e culturalmente enraizados.

5. Considerações finais

A virilidade, como objeto de uma construção sociocultural da masculinidade, ocupa um lugar simbólico/imaginário de sentidos que foram ao longo de toda a história da civilização ocidental estruturantes nos processos de subjetivação. É desse lugar de privilégio que a virilidade vem se mostrando em algo de caráter social muito significativo. Esse espaço, ao qual pertence a virilidade, é ideológico e elaborado dentro de um sistema que aponta para uma ordem de comportamentos socialmente sancionados.

Dentro da política, mais especificamente no cunho ideológico da direita e extrema-direita, ao qual esse trabalho se fez, a virilidade se mostrou não apenas na autoafirmação, reafirmação e afirmação dos sujeitos, mas se mostrou muito mais perversa quando colocada dentro do espectro de uma “virilidade fascista”, pois parte de um lado muito mais impiedoso dessa criação social. Aqui, o antropocentrismo é reescrito em uma espécie de “masculumcentrismo”, lugar onde nem mulheres, nem gays - nem todos os que para eles forem oposto - tem vez.

Ao longo deste trabalho tentamos compreender como se deu o processo de significação de certas imagens, os memes, que tiveram um autopoder de propagação e foram largamente compartilhadas em vias digitais quase impossíveis de identificar a origem. Tais imagens foram replicadas, principalmente – mas não somente – durante a pré-candidatura de Jair Messias Bolsonaro à Presidência da República do Brasil em 2018, e, tinham como principal intuito a (auto)afirmação de um posicionamento político e ideológico.

Nesse sentido, à luz da Análise do Discurso pudemos notar as nuances da materialização ideológica de um determinado grupo dentro da nossa sociedade. Grupos esses que pregam, de um lado a exclusão dos diferentes, e do outro a inclusão dos seus. Para além dessa caricatural virilidade expressa nas imagens, o suporte midiático das redes sociais e seu alto poder de viralização ajudou a criar essa atmosfera política dual entre esquerda e direita, e, muitas vezes, tais imagens faziam disforia no par oposto.

Essas análises permitiram uma breve discussão sobre os segmentos conservadores que em diversas esferas buscam reafirmação daquela hegemonia, e, pudemos também observar o quão o corpo masculino, ou melhor, masculinizado é replicado nessa busca pós-moderna de colocação do homem ideal.

Ainda que tantas mudanças socio-estruturais como o movimento feminista, o LGBTQI+ e todos os movimentos que continuamente contestam a hegemonia masculina, esse lugar simbólico ainda é bastante valorizado e funciona, sobretudo, como orientação para a construção da identidade do homem e, também, da mulher na extrema-direita e a consequente disforização daqueles que não seguem esse ideal.

É evidente que toda essa construção de uma pós- virilidade dentro do espectro direitista brasileiro é fruto de várias circunstâncias as quais conseguimos narrar brevemente no decorrer desse trabalho. Vimos o contraste entre a virilidade e a supervalorização do corpo como sendo um dos muitos resultados histórico-social da nossa sociedade. A virilidade imagética é estendida pelo padrão corpóreo e traz referências e memórias profundas, que são extrapoladas no intradiscorso, ou seja, na formulação do dizer, que, por sua vez, se baseia sempre na retomada de já-ditos.

Referências bibliográficas

BARONAS, Roberto Leiser. **Enunciação Aforizante: um estudo discursivo sobre pequenas frases na imprensa cotidiana brasileira**. São Carlos, São Paulo: EdUFSCar, 2013.

CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (orgs). **História da virilidade. (1. A invenção da virilidade, da antiguidade às Luzes)**. Petrópolis: Ed: Vozes, 2013. 614p.

COURTINE, Jean-Jacques. Os Stakhanovistas do Narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo. **Políticas do Corpo. São Paulo: Estação Liberdade**, p. 81-114, 1995.

COURTINE, J.-J.; PIOVEZANI, C. **Por uma arqueologia dos poderes e perigos da fala pública. In: História da fala pública: uma arqueologia dos poderes do discurso**. Petrópolis, Vozes, 2015

CHAPOUTOT, J. (2013). **A virilidade fascista**. In A. Corbin, J.-J. Courtine, & G. Vigarello (Org.), **História da virilidade: a virilidade em crise? Séculos XX-XXI (p. 335-363)**. Petrópolis, RJ: Vozes

DEBRAY, Régis. **Manifestos midiológicos**. 1995.

FOUCAULT, M. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

FOUCAULT, M. Resposta a uma questão. In: *Ditos & Escritos*. vol. VI, 2010, p. 14.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Mello. Dicionário Houaiss da língua portuguesa. In: **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. 2001.

VOLÓCHINOV, Valentin N.; BAKHTIN, Mikhail. Marxismo e filosofia da linguagem. **São Paulo: Editora**, v. 34, p. 1929, 2017.

LAMERICHS, Nicolle et al. **Elite male bodies: The circulation of alt-Right memes and the framing of politicians on Social Media**. Participations, v. 15, n. 1, p. 27, 2018.

MEIRA Vasconcelos, Larissa; FIUZA FIALHO, Lia Machado; DOS SANTOS MACHADO, Charliton José. Facetas da (im) potência viril na Revista Careta: educação e masculinidades no Estado Novo (1937-1945). **Acta Scientiarum: Education**, v. 40, n. 4, 2018.

MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais-aplicação nos estudos de transferência da informação**. Ciência da informação, v. 30, n. 1, p. 71-81, 2001.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. Parábola Ed., 2008.

DE OLIVEIRA, Pedro Paulo. **A construção social da masculinidade**. Editora UFMG, 2004

PAVEAU, Marie-Anne. **Memória, des-memória, a-memória: quando o discurso volta-se para seu passado**. EID&A-Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, p. 137-161, 2013.

PIOVEZANI, Carlos. **Discursos sobre a voz de Lula na mídia brasileira**. Linguagem em (Dis)curso – LemD, Tubarão, SC, v. 15, n. 1, p. 33-46, jan./abr. 2015.

PIOVEZANI, Carlos. **Discurso homofóbico**. Roseta, vol. 4, n. 1, 2021.

PIOVEZANI, Carlos; GENTILE, Emilio. **A linguagem fascista**. São Paulo: Hedra, 2020.

PERASSOLO, João. **Entenda por que memes da ultradireita fetichizam homens fortes e machões: grupos conservadores se valem de imaginário gay para defender líderes com causas homofóbicas**. Folha de São Paulo, 2020. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/07/entenda-por-que-memes-da-ultradireita-fetichizam-homens-fortes-e-machoes.shtml?fbclid=IwAR1Pmg->

[aJJ0R55RmVOO9LgBUWQ3WotVrUVfJ7BEu8MavLnZuSP5yLUcJCwA](#) >. Acesso em: 15 de agosto de 2020.

VIGARELLO, Georges. (Org.). **História da virilidade: A invenção da virilidade, da antiguidade às luzes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013. 614 páginas.

WITZEL, Denise Gabriel. **Corpo viril nos discursos midiáticos: do triunfo à crise**. VI Seminário de Estudos em Análise do Discurso, p. 1983-2013, 1983.

PEREIRA CAM. **Que homem é esse? O masculino em questão**, pp. 53-58. In S Nolasco (org.). **A desconstrução do masculino**. Rocco, Rio de Janeiro, 1995.