

“HOMENS QUE GOSTAM DE SER HOMENS”

A construção do sujeito viril no universo publicitário sob o prisma da intertextualidade

"Hombres a que les gusta ser hombres": la construcción del sujeto viril en el universo publicitario a la luz de la intertextualidad

Rafael de Souza Bento FERNANDES¹

Francisco Vieira da SILVA²

RESUMO: No presente trabalho, analisa-se o fenômeno da intertextualidade em uma peça publicitária fílmica/comercial, que divulga o desodorante masculino *Old Spice*, da P&G. A análise demonstra como se dá a relação do comercial com textos de mídia de massa tanto na tessitura composicional, com a retomada das personagens Tarzan e James Bond quanto no estilo da narrativa fílmica, com a movimentação de câmera e cena de explosão, típicas dos filmes de ação. Esses recursos contribuem para a construção de representações exacerbadas e insólitas (TODOROV, 1970) de virilidade, com as quais o leitor se identifica. Pretende-se compreender os processos de produção de sentido por sujeitos ativos, que mobilizam estratégias linguísticas (e imagéticas), em face de uma dada intencionalidade: nesse caso, a introdução (e venda) de um produto no mercado brasileiro.

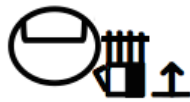
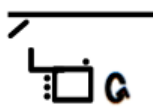
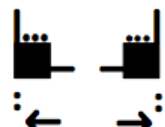
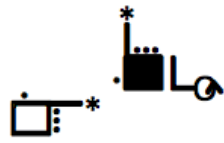
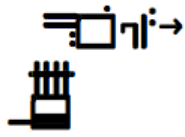
PALAVRAS-CHAVE: intertextualidade. Publicidade. Virilidade.

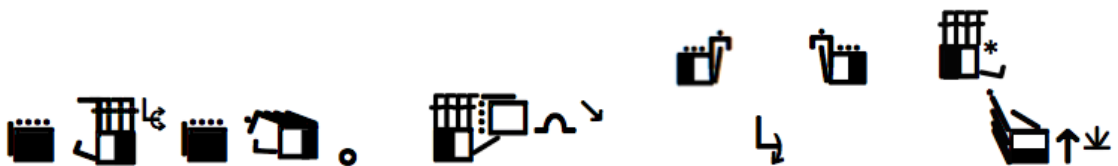
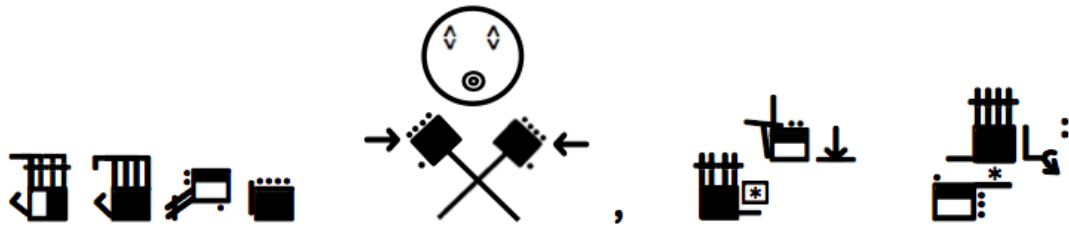
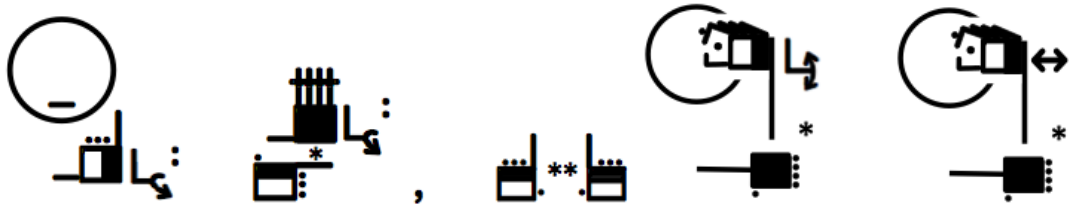
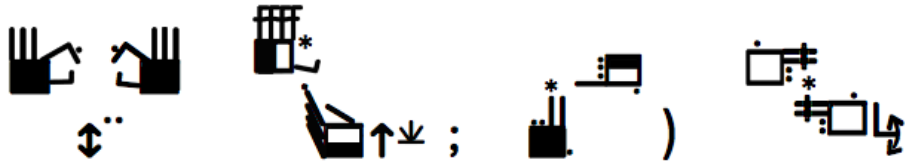
RESUMEN: En el presente trabajo, se analiza el fenómeno de la intertextualidad en una pieza publicitaria fílmica/comercial, que divulga el desodorante masculino *Old Spice*, de P&G. El análisis demuestra cómo se da la relación del comercial con textos de *mass media* tanto en el tejido composicional, con la retomada de los personajes Tarzan y James Bond, como en el estilo de la narrativa fílmica, con el manejo de cámara y escenas de explosión, típicas de las películas de acción. Estos recursos contribuyen a la construcción de representaciones exacerbadas e insólitas (TODOROV, 1970) de virilidad, con las que el lector se identifica. Se pretende comprender los procesos de producción de sentido por sujetos activos, que movilizan estrategias lingüísticas (y visuales), frente a una determinada intencionalidad: en ese caso, la introducción (y venta) de un producto en el mercado brasileño.

PALAVRAS CLAVE: Intertextualidad. publicidad, virilidade.

¹ Doutorando em Linguística pela Universidade Estadual de Maringá – PLE/UEM, com período “sanduíche” (CAPES-PSDE/Edital 2016) pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Portugal – FLUC. Membro do Grupo de Pesquisa em Análise do Discurso da UEM - GEDUEM/CNPq. rafaelsofbernandes@hotmail.com.

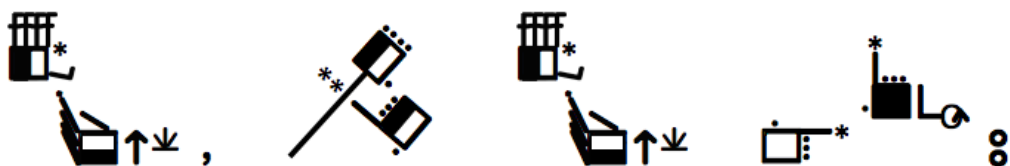
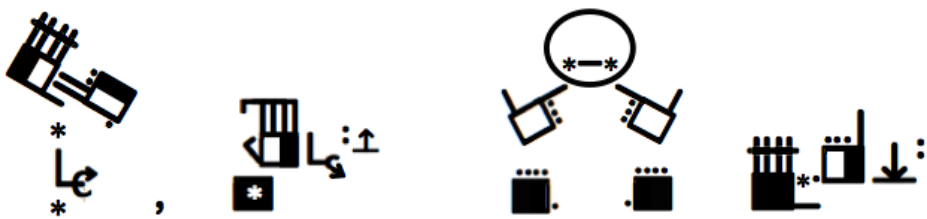
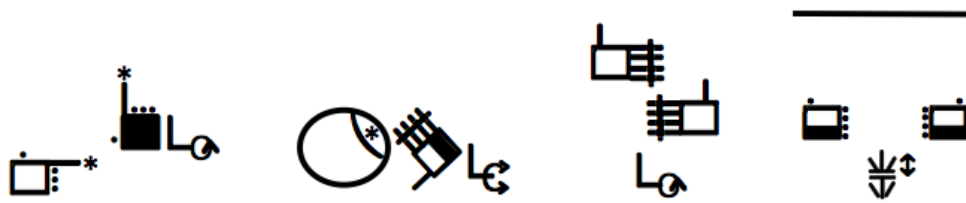
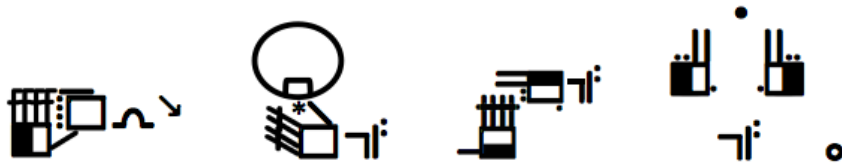
² Doutor em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Professor adjunto da Universidade da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (UFERSA), Campus Caraúbas, Rio Grande do Norte. Docente do Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL) da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), Campus Avançado Maria Eliza de Albuquerque Maia (CAMEAM), Pau do Ferros, Rio Grande do Norte. francisco.vieiras@ufersa.edu.br

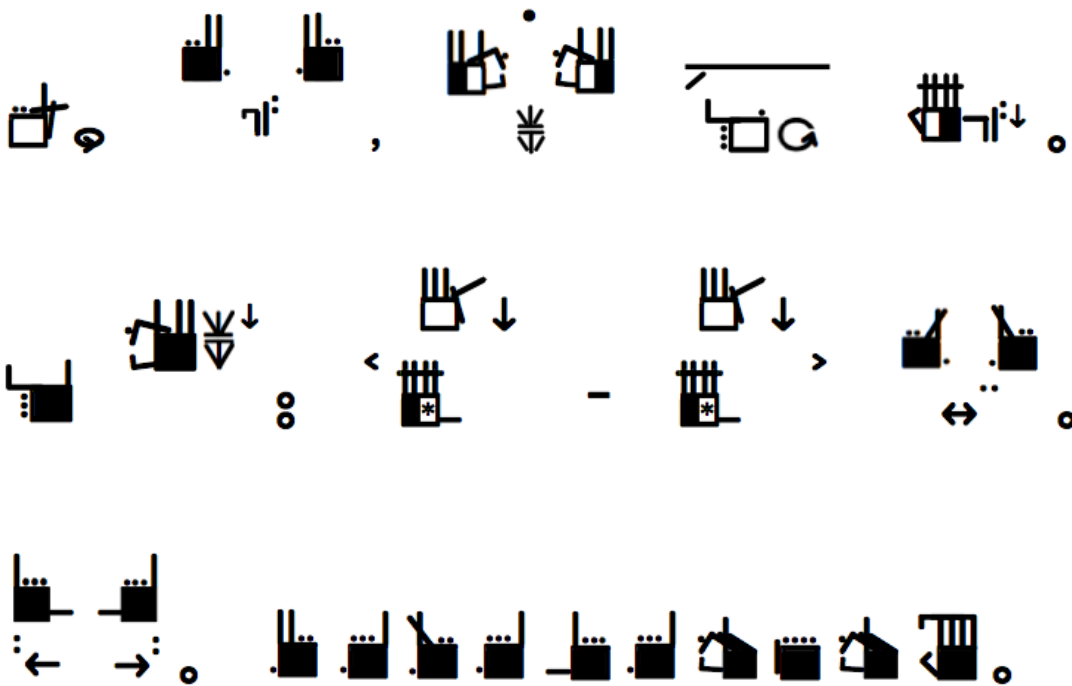






1970), ,





REFERÊNCIAS

ALTHIER-REVUZ, J. Trad. Leci Borges Bastian e Valdir Nascimento Flores. **Entre a transparência e a opacidade**: um estudo enunciativo do sentido. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

BAKHTIN, M.; VOLOCHÍNOV, V. **Discurso na vida e discurso na arte** (sobre a poética sociológica). Trad. Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza [para fins didáticos]. 1926. Versão inglesa de I.R.Titunik a partir do original russo.

_____. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. Trad. Michel Lahud e Yara F. Viera. 13ª ed. São Paulo: Hucitec, 2009.

BENTES, A. C. Linguística textual. In: MUSSALIM, Fernanda; BENTES, A. C. (orgs.). **Introdução à linguística**: domínios e fronteiras. 3 ed. São Paulo: Cortez, 2003.

BEZERRA, P. Polifonia. In: BRAIT, Beth. (org.). **Bakhtin**: conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2007.

CAVALCANTE, M. M.; FILHO, V. C. Revisitando o estatuto do texto. **Revista do GELNE**, Piauí, v. 12, n.2, 2010. p.56-71.

DUCROT, O. **O dizer e o dito**. Revisão técnica da trad. Eduardo Guimarães. Campinas: Pontes, 1987.

ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. Trad. Pérola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 1987. (Coleção debates).

FARACO, C. A. **Linguagem e diálogo**: as ideias linguísticas do círculo de Bakhtin. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

KOCH, I. G.; TRAVAGLIA, L. C. **Texto e coerência**. 6 ed. São Paulo, Cortez, 1999. (Estudos da Linguagem; 4).

_____; ELIAS, V. M. **Ler e compreender os sentidos de um texto**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2008.

NOGUEIRA, L. **Manual de Cinema III** – Planificação e montagem. Covilhã: LabCom Books, 2010 (Estudos da Comunicação).

ROMUALDO, E. C. Análise de textos verbo-visuais: polifonia, intertextualidade e polêmica na divulgação da parada LGBT de Maringá/2012. In: REZENDE, L. M. [et al] (orgs.). **A interdisciplinaridade e a especificidade linguística**: teorias e práticas. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. (Série Trilhas Linguísticas; 26).

TODOROV, T. **Introdução à literatura fantástica**. Trad. Sílvia Delpy. São Paulo: Editora Perspectiva, 1970.

VIGARELLO, G. A virilidade, da Antiguidade à Modernidade. In: CORBAIN, A. [et al]. **História da Virilidade** – 1. A invenção: da Antiguidade às Luzes. Trad. Francisco Morás. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

ZANI, R. Intertextualidade: considerações em torno do dialogismo, **Em Questão**, Porto Alegre, v. 9, n.1, p/121-132, Jan./Jun., 2003.