

Envelhecimento masculino e consumo: recorrências discursivas da andropausa na imprensa

Eliza Bachega Casadei

Resumo:

O objetivo do presente artigo é estudar as convocações ao consumo masculino na imprensa a partir do mapeamento das tensões discursivas presentes na definição midiática da andropausa. A partir dos pressupostos metodológicos da Análise de Discurso de Linha Francesa, iremos analisar as reportagens publicadas em veículos noticiosos brasileiros sobre a temática entre janeiro e outubro de 2020, observando as corporalidades mediadas e os discursos de consumo vinculados a esse corpo masculino envelhecido. É possível notar que, nessas matérias, o corpo andropáusico obedece aos imperativos do corpo hormonal e, portanto, são articulados discursos que borram as partilhas de gênero apenas para posteriormente restaurá-las sob o signo do consumo na reincorporação da distinção binária como fundamento do cuidado de si.

Palavras-chave: Consumo. Envelhecimento. Masculinidades.

Male aging and consumption: discourse recurrences of andropause in the press

Abstract:

The purpose of this article is to study press calls for male consumption based on the mapping of discursive tensions present in the media definition of andropause. Based on the methodological assumptions of the French Discourse Analysis, we will analyze news reports published in Brazilian news about andropause between January and October 2020, observing the mediated corporeality and the consumption discourses linked to the aged male body. It is possible to notice that, in these texts, the andropausic body obeys the imperatives of the hormonal body and, therefore, discourses that blur gender shares are articulated only to later restore them under the sign of consumption in the reincorporation of the binary distinction as the foundation of self-care.

Keywords: Consumption. Aging. Masculinities.

Recebido em: 29.10.20
Aprovado em: 30.08.21

Eliza Bachega Casadei

Professora titular e Vice-coordenadora do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (PPGCOM-ESPM). Bolsista produtividade em pesquisa do CNPq - nível 2.

E-mail: elizacasadei@yahoo.com.br

Estudos em Jornalismo e Mídia
v.18, n.2, jul./dez. 2021.
ISSNe 1984-6924

O envelhecimento, para Castro (2016, p. 88), é não apenas um processo biológico, mas também uma construção sociocultural, posto que a circulação sobre os seus sentidos está imersa “em um contexto de renhidas disputas em torno da produção de significados em seus mais variados regimes semióticos”. Nas produções midiáticas que tematizam o envelhecimento, há todo um “conjunto de valores, saberes e práticas sociais que funcionam como modelos de identidades culturais” (CASTRO, 2016, p. 88) mediadas. O recorte de gênero contém especificidades nessa circulação de sentidos, posto que, como salienta Motta (1999, p. 207), “na perspectiva de gênero, a trajetória de vida de homens e mulheres, como construção social e cultural, vem determinando diferentes representações e atitudes em relação à condição de velho(a)”. A partir desse entendimento, o objetivo do presente artigo é observar as disputas discursivas em torno da temática da andropausa, uma das facetas do envelhecimento masculino, em veículos de imprensa brasileiros, e os discursos de consumo associados a ela. Portanto, iremos estudar as convocações discursivas (PRADO, 2013) ao consumo masculino na imprensa a partir da temática da andropausa. Tais reportagens mediam formações discursivas amplas sobre as corporalidades masculinas e seu processo de envelhecimento que estão urdidos à valorização de determinados modos de vida e de consumo.

A andropausa diz respeito a uma condição “que afetaria os homens a partir dos 35-40 anos de idade caracterizada pela perda da libido ou desejo sexual, diminuição de massa muscular, perda de energia, depressão, disfunção erétil entre outros sintomas, tendo como causa o decréscimo na produção da testosterona” (ROHDEN, 2011, p. 162). Para Rohden (2011), contudo, a legitimação da andropausa como uma entidade que deve ser considerada no cenário de atenção à saúde masculina “permite levar mais a fundo a discussão sobre o processo de construção de novas doenças” e de “medicalização da vida” (p. 188), em um contexto em que o normal/anormal dá lugar ao funcional/disfuncional. Os popularizadores desse tipo de discurso médico, como o jornalismo, têm um papel importante, uma vez que inserem o tema em um circuito semiótico de sentidos em disputa: “por meio de um discurso circular, ajuda-se a fortalecer a ideia de que haveria uma demanda por conhecimento e tratamento do problema que está sendo construído de maneira concomitante” (ROHDEN, 2011, p. 190). E, assim, “temas como sexualidade e envelhecimento masculinos passam a ser abordados sob novas perspectivas, produzindo normas e ideais que impulsionam a construção de necessidades e formas de consumo” (THIAGO; RUSSO; CAMARGO JÚNIOR, 2016, p. 39).

Os discursos midiáticos urdidos à andropausa, portanto, constroem não apenas sentidos sociais sobre o corpo e o envelhecimento masculino, mas também sobre um tipo específico de consumidor de insumos médicos. Sob essa perspectiva, a partir dos pressupostos metodológicos da Análise de Discurso de Linha Francesa, estudaremos como diferentes discursos sobre masculinidades se entrecruzam na definição midiática da andropausa e como isso se articula a discursos sobre consumo. A partir da análise, é possível observar que as convocações ao consumo nesse tipo de reportagem apelam não apenas à reconquista da juventude, mas sim, da própria masculinidade, a partir de discursos que borram as partilhas de gênero apenas para posteriormente restaurá-las sob o signo do consumo na reincorporação da distinção binária como fundamento do cuidado de si.

A andropausa na imprensa

A partir do mecanismo de busca do Google Notícias, é possível mapear o crescente interesse da imprensa pelo tema da andropausa ao longo da última década. Utilizando técnicas de inteligência artificial que analisam em tempo real o fluxo de notícias publicadas online, o Google Notícias permite que sejam filtradas

reportagens publicadas em sites e blogs noticiosos sobre um determinada temática, em um recorte temporal específico. Filtrando os resultados para “apenas notícias em português” que contenham o termo “andropausa”, a busca revelou a existência, em 2010, de sete reportagens que continham o termo e, em 2011, apenas uma, revelando um baixo interesse sobre a temática. Nos anos seguintes, contudo, a quantidade de resultados cresce expressivamente: em 2012, foram encontradas 12 matérias sobre o tema; dez em 2013, 18 em 2014, 16 em 2015, 21 em 2016, 33 em 2017, 49 em 2018 e 77 em 2019. Entre janeiro e outubro de 2020, a busca revelou um total de 51 matérias, em consonância com o grande volume publicado nos últimos três anos sobre a temática.

Esse crescente interesse da imprensa pela andropausa é interessante, posto que a temática do envelhecimento masculino é pouco trabalhada pelos estudos midiáticos que exploram a interface comunicação e consumo — que se dedicam muito mais à abordagem das questões femininas (MARSHALL, 2010). A representação do homem consumidor é um fenômeno midiático relativamente recente e está atravessada por estereótipos sobre os modos de vida validados para homens e mulheres. Casadei (2018) mostra que o homem consumidor, da década de 1900 até meados da década de 1940, é representado no jornalismo como um agente econômico que garante racionalidade às compras femininas. É só a partir da década de 1950 (e, de forma mais frequente, a partir de 1970) que o homem passa a ser representado como um ser desejante, comprador de itens de interesse especificamente masculinos (embora a compra dos produtos para a casa e para a família ainda estejam confinados à esfera feminina). Segundo a autora, é apenas a partir da década de 1990 que o teor das publicações femininas e masculinas se aproximam e uma forma mais plural de masculinidades começa a ser representada na imprensa, com a ampliação de temáticas em direção aos cuidados com o corpo, com a família, com a beleza e com a saúde (antes tidos como temas estereotipicamente femininos). As representações do consumo masculino, nesse sentido, estiveram imbricadas a estratégias convocacionais que miravam a manutenção de certas posições de poder, demonstrando uma relação de forças entre o que é possível ser dito sobre homens e sobre mulheres.

A popularização de determinadas palavras nas ambiências midiáticas (como, por exemplo, andropausa), para Gomes (2003, p. 91), carrega “uma visão de mundo que as dimensiona, operam como direcionamento, num processo educativo, a tomadas de posição e obrigações sociais”. Uma vez que essas palavras ordenam construções simbólicas da realidade, as palavras são dimensionantes, de forma que “a própria linguagem funciona como coordenadas em um mapa, quadriculando o mundo com eixos de latitude e longitude”, que se abre a “construções imaginárias, a produções sociais, mecanismo de produção, sobretudo à possibilidade de disciplina e controle” (GOMES, 2003, p. 95). A partir desses pressupostos, a popularização do termo “andropausa” não apenas chama a atenção para uma determinada condição biológica, mas carrega consigo uma série de implicações como modos legitimados de estar no mundo, obrigações sociais, posições de sujeito e formas disciplinares relacionadas à potencialização da boa vida. A imprensa, em suas recorrências temáticas, opera a partir de uma lógica circular que, embora mencione a ideia de que a andropausa tem se tornando um assunto de grande interesse, cria, na própria enunciação, tal importância, atuando como promotora do processo.

De acordo com Rohden (2011), o climatério masculino, enquanto uma desordem clínica causada pela queda na testosterona, começa a aparecer como doença orgânica e tratável a partir da década de 1930. E, embora a disfunção sexual já apareça como principal sintoma, ela não era considerada o foco do tratamento — o que passa a acontecer em torno da década de 1960. As pesquisas sobre o tema se tornam mais volumosas a partir dos anos 1990, quando há um aumento de pu-

blições científicas que associam a andropausa (um complexo de sintomas pouco definidos) ao hipogonadismo ou deficiência androgênica (um estado bioquímico). Isso coincide, para Rohden (2011), com os tratamentos de administração de testosterona para lidar com tais situações, em um enquadramento discursivo que entende o corpo não mais sob a chave normal/anormal e sim sob a perspectiva do funcional/disfuncional. Ressaltamos, aqui, que não se trata de elaborar um juízo de valor sobre a qualidade ou os benefícios das práticas médicas que são organizadas a partir dessas dicotomias, mas meramente da identificação de redirecionamento dos eixos normativos que organizam esses discursos. Isso significa que, embora o envelhecimento e a diminuição da produção da testosterona sejam normais do ponto de vista biológico, a intervenção médica se dá sob a perspectiva de correção das disfuncionalidades corporais — ainda que essas sejam esperadas no decurso da vida. Assim, “se em um momento inicial a deficiência androgênica mais ampla era o foco e servia para criar um quadro sintomático geral, notam-se mais recentemente novas tentativas de precisão que caminham no sentido de valorizar precisamente a testosterona” (ROHDEN, 2011, p. 170), como um elemento tratável e sob administração.

Trata-se, portanto, de um discurso correlacionado à medicalização da vida, um conceito “a partir do qual problemas não médicos passam a ser definidos e tratados como problemas médicos, geralmente, em termos de distúrbios e desordens” (THIAGO; RUSSO; CAMARGO JÚNIOR, 2016, p. 38). Nesse caso, ela diz respeito à medicalização da própria velhice masculina, “ou, melhor dizendo, do declínio físico e mental que fatalmente acompanha o processo de envelhecimento” (THIAGO; RUSSO; CAMARGO JÚNIOR, 2016, p. 38). As indústrias farmacêuticas, nesse espectro, têm um papel relevante na articulação de discursos sobre condições de vida específicas que, embora não se constituam como doenças em si, deveriam ser tratadas via o aparato médico-farmacêutico. Para isso, elas se utilizam de estratégias comunicacionais entre as quais se destacam

a definição de uma grande parte da população como sofrendo da doença, sua associação com problemas relativos ao conceito genérico de equilíbrio hormonal, o uso seletivo de estatísticas e de sintomas pouco indicativos, a valorização da tecnologia e a promoção de médicos experts especialmente capazes e preparados para o relacionamento com a imprensa (ROHDEN, 2011, p. 163).

E, assim, “processos naturais da vida (nascimento, envelhecimento, morte), aspectos fisiológicos (menstruação, sono, fome), características e experiências do ser humano (humor, emoções) e comportamentos antes considerados desviantes são, atualmente, medicalizados” (THIAGO; RUSSO; CAMARGO JÚNIOR, 2016, p. 39).

Esse redirecionamento no discurso médico tem implicações nas práticas de consumo associados a ele e nas convocações discursivas ao consumo correspondentes. Para Thiago, Russo e Camargo Júnior (2016, p. 43), é possível observar, a partir de um estudo que analisa as imagens veiculadas nos sites dos laboratórios que disponibilizam injeções de testosterona, que as imagens parecem vender, em diferentes níveis, três tipos de mercadorias: (1) um transtorno ligado ao processo de envelhecimento masculino; (2) um medicamento capaz de tratar tal deficiência e (3) “um modo de ser saudável e feliz (o que se sobrepõe por meio da noção de ‘bem-estar’) que envolve certa constituição corporal e estética e, também, certo nível de consumo (explicitado nas roupas, no corte de cabelo, no tom da pele)”. Dessa forma, a venda de um modelo ideal de vida, bem como de uma imagem estético-corporal de classe está urdida à venda do próprio transtorno e de seu remédio. O resgate da saúde é conectado à obtenção de um estilo de vida pretendido.

Há, portanto, discursos de consumo associados ao uso do termo andropausa na imprensa, ao apresentá-lo como uma doença, que tem cura e que está articulado a um ideal de qualidade de vida que pode ser obtido via consumo.

Além da correlação com uma determinada cultura de consumo, nos discursos sobre a andropausa, está em jogo também, para Marshall (2010, p. 215), uma certa “vigilância da virilidade”, onde “corpos envelhecidos foram reclassificados como corpos sexuais e direcionados para reabilitação”. Tal reclassificação não é um projeto neutro em termos de gênero, posto que a lógica dos sexos como pares opostos — enfraquecida ao longo do envelhecimento — se torna a base sobre a qual a diferença sexual é reinstaurada. Assim, se as mudanças na sexualidade associadas ao envelhecimento normal

foram consideradas como significando a desmasculinização e a desfeminização, então reverter os efeitos do envelhecimento requer a re-sexagem de corpos e identidades para alinhá-los com noções culturalmente dominantes de heterossexualidade e hegemonia do sexo penetrativo (MARSHALL, 2010, p. 216).

Novamente, ressaltamos que, na presente pesquisa, não há um julgamento sobre se isso é benéfico ou não para os indivíduos, mas buscamos identificar eixos normativos que organizam esses discursos. Assim, noções da masculinidade hegemônica facilmente se articulam a discursos sobre consumo na definição do campo semiótico da andropausa. “Quer a função sexual seja vista como um indicador de saúde geral e/ou um sinal de alerta de doença, o envolvimento da atividade sexual compulsória na promoção da saúde sinaliza um novo regime de vigilância da virilidade” (MARSHALL, 2010, p. 219).

A partir desses pressupostos, iremos estudar, no presente artigo, quais são as recorrências discursivas presentes nas convocações ao consumo masculino nas reportagens publicadas sobre o tema entre janeiro e outubro de 2020, a partir dos resultados obtidos na busca do Google Notícias. Foram encontradas, ao todo, 51 notícias e reportagens de diferentes veículos noticiosos sobre essa temática¹, o que nos mostra os elementos discursivos comuns para além das especificidades de cada projeto editorial. Iremos analisar quais são os discursos que se entrecruzam na delimitação das fronteiras semânticas da andropausa na imprensa e a forma que estão articuladas a discursos sobre consumo de insumos médicos.

Para a análise dos textos, utilizaremos a proposta metodológica articulada pela Análise do Discurso de Linha Francesa, posto que se trata de uma vertente que busca investigar as recorrências discursivas que engendram relações de poder e sistemas sociais de conhecimento e crença. O discurso é entendido, tal como proposto por Maingueneau (2008), como um conjunto de enunciados que se alinham pela disposição de dizeres sobre um mesmo assunto, em relação de solidariedade ou concorrência. Assim, “sob essa ótica, uma formação discursiva traz consigo um entendimento de como o mundo ‘funciona’ e, portanto, um entendimento de como as sociedades e os indivíduos devem responder a esse funcionamento” (GOMES, 2019, p. 273).

É necessário considerar, contudo, que se as formações discursivas são compostas por conjuntos de discursos que sustentam a cultura de um determinado tempo e lugar, “os discursos se revelam em seus efeitos, a saber, nas materialidades que produzem” (GOMES, 2019, p. 271) em lugares como as ambiências midiáticas (tal como o jornalismo). Assim, “para cada discurso em particular, e para o todo das formações, aplica-se a regra da construção de um entendimento de mundo e das ações correlatas”, de forma que “por exemplo, convivemos com discursos sobre a mulher e sobre o que ela ‘deve’ ser de acordo com a representação que dela se faz num ambiente ou outro” (GOMES, 2019, p. 277). Posto que o gênero é uma construção social atravessada por discursos que definem as formas socialmente legitimadas de ser homem ou mulher, o jornalismo é um espaço mediador de vários discursos sobre a masculinidade com as consequentes materialidades produzidas nas reportagens.

¹A partir dos resultados obtidos, serão excluídas as reportagens que façam divulgações ou propagandas de instituições específicas e serão analisadas apenas as reportagens, sendo excluídos textos opinativos ou artigos de especialistas. Também serão eliminados textos que tenham sido publicados em blogs e sites não noticiosos, de forma que iremos utilizar apenas reportagens de jornais e revistas de grande circulação.

A presente pesquisa se articula na interface dos estudos de comunicação e consumo, estando interessada em um recorte específico dessas materialidades, a saber, nas convocações discursivas e midiáticas ao consumo. Por mecanismos de convocação, entendemos, tal como Prado (2013, p. 67), as mediações discursivas utilizadas pela imprensa para motivar “a resposta ativa do consumidor em sua força de ouvitor, de seguidor de valores de consumo”. Isso significa requerer discursivamente “aos destinatários a cuidar do corpo e da saúde, da carreira, do futuro, dos filhos etc., fornecendo pacotes modalizadores, caracterizando um jornalismo para além do modelo informativo do passado”. A partir disso, a pesquisa fará um mapeamento do modo como a imprensa convoca os homens ao consumo de determinados bens e serviços ligados à andropausa, remetendo a discursos que acionam e tematizam o consumo.

O esclarecimento desse recorte de pesquisa é importante, posto que escapa dessa perspectiva a avaliação do uso concreto de tais produtos e serviços por parte dos sujeitos. Assim, não será feita uma pesquisa de recepção para avaliar os benefícios que o uso de tais produtos ou tecnologias poderiam fornecer para o bem-estar dos indivíduos ou o prazer que eles podem proporcionar na vida cotidiana e nas relações afetivas dos sujeitos. O que interessa para a presente pesquisa é o modo como a imprensa media convocações ao consumo a partir da articulação de discursos diversos.

Além disso, não se trata de demonizar o consumo ou tratar os consumidores como meros espectadores passivos da indústria farmacêutica: o consumo, aqui, é entendido como uma prática cultural complexa mediadora de simbolismos culturais, expectativas coletivas, hierarquias sociais, modos de ser e estar no mundo e de comunicar, legitimadas por formações discursivas. Nessa perspectiva, a convocação discursiva ao consumo se assemelha a uma aposta: não significa, de forma alguma, que haverá a aderência ou não do consumidor concreto às propostas apresentadas, nem implica na avaliação positiva ou negativa de tal aderência (que escapa à metodologia ou aos objetivos do estudo proposto), mas apenas que iremos observar quais são as recorrências presentes que dão certa unidade discursiva às formas de convocar um consumidor imaginado. Como prática cultural relevante, tais recorrências discursivas de convocação ao consumo mostram engendramentos relevantes da nossa constituição societária.

Posto que as formações discursivas são unidades muito amplas para que possamos acessá-las a partir da imprensa, nosso enfoque estará no interdiscurso. Acionaremos, na análise, portanto, a “natureza interdiscursiva dos processos comunicacionais”, ou seja, “uma natureza fundada no diálogo/discurso sempre mesclado, e matizado, entre diversos e antecedentes produtos culturais, entre contextos diferenciados, entre passado e presente, entre um dispositivo técnico e outro, numa cadeia sem fim” (GOMES, 2021, p. 60). Iremos observar, portanto, os processos interdiscursivos enquanto “condição, postulado/mecanismo, das produções comunicacionais” (GOMES, 2021, p. 60).

Sobre esse aspecto, lembramos que, para Maingueneau (2008), a interdiscursividade é anterior à discursividade, o que significa que os sujeitos enunciativos nunca têm pleno domínio sobre seu discurso, pois este se gera e adquire especificidade sempre a partir de uma relação com outros discursos no interior de um campo discursivo. É nesse sentido que os discursos não existem previamente, mas sim que estão sempre postos em relação (que pode ser de aliança ou polêmica) com outros discursos. Todo discurso é, assim, atravessado por outros discursos, dado que o primado do interdiscurso constrói “um sistema no qual a definição da rede semântica que circunscreve a especificidade de um discurso coincide com a definição das relações desse discurso com seu Outro” (MAINGUENEAU, 2008, p. 35). A partir dessa perspectiva, iremos mapear alguns dos cruzamentos entre discursos no discurso da imprensa sobre a andropausa. Isso significa que iremos

estudar a forma como, por meio do processo interdiscursivo, outros discursos deixam sua marca nas convocações discursivas ao consumo de produtos e serviços relacionados à andropausa.

Nesse sentido, o jornalismo é entendido como uma prática social e discursiva com características singulares “em que o agora é narrativizado e, portanto, compreendido coletivamente e como um ‘discurso revelador/plasmador da sociedade contemporânea’”(KUSCHICK e MACHADO, 2016, p. 140). Isso significa que o jornalismo é “um discurso que, ao mesmo tempo, é leitor e hiperprodutor de uma grande conversa” e “um lugar de circulação e de produção de sentidos” (KUSCHICK e MACHADO, 2016, p. 141), de forma que é justificável observar, a partir dele, as materialidades a partir das quais o interdiscurso articula lugares de entendimento sobre a andropausa e suas práticas de consumo correlacionadas a partir dos discursos urdidos nas reportagens.

Ainda em relação a essa metodologia, é necessário escolher os elementos discursivos mais pertinentes para a convocação do consumo masculino. Nesse sentido, serão analisadas formações discursivas referentes: (1) à construção discursiva dos corpos midiaticizados; (2) à construção discursiva do consumidor de insumos médicos vinculados a esses corpos; e (3) aos discursos sobre masculinidades que se entrecruzam nos dois primeiros eixos.

Articulações discursivas sobre o corpo hormonal

A partir do pressuposto de que as culturas se apropriam do corpo biológico para redefini-lo em termos sociais, afirmam que

não há sociedade que não fira semioticamente o corpo de seus membros, cada uma se especializando na geração de determinados corpos: na produção daqueles corpos que servirão como insígnias da identidade grupal, nas quais a substância biológica trabalhará como matéria sociológica. (ROCHA E RODRIGUES, 2013, p. 17)

O corpo velho, nesses termos, é um corpo marcado por um universo de símbolos legitimados na cultura, mediado e materializado em produções culturais diversas, dentre elas, a imprensa. O corpo andropáusico, nas produções midiáticas analisadas, carrega características que se repetem nas diferentes reportagens, em materialidades de um corpo socialmente constituído e midiaticamente mediado. O corpo andropáusico, conforme discutiremos a seguir, apresenta-se a partir do entrecruzamento dos seguintes discursos nas reportagens analisadas: (1) trata-se de um corpo que se aproxima do feminino a partir do engendramento metafórico com a menopausa; (2) articulado em torno do discurso do corpo hormonal; (3) e que precisa reestabelecer o seu contato com os princípios discursivos da masculinidade hegemônica.

Assim, a primeira relação interdiscursiva que pode ser observada refere-se ao fato de que a definição das fronteiras semânticas da andropausa, nos veículos analisados, dá-se por analogia e extensão à menopausa feminina. Na reportagem do site *Globoesporte*, publicada em 15 de julho de 2020, é possível ler que, “em uma associação à menopausa, que atinge as mulheres ao fim de seu período reprodutivo, a condição que afeta homens com o avançar da idade ficou conhecida popularmente como andropausa” (BITTENCOURT, 2020). Em *Osasco Notícias*, em três de fevereiro de 2020, diz-se que, “muito comum entre homens de 40 a 55 anos, a andropausa é a famosa menopausa masculina, porém com sintomas diferenciados e que podem aparecer com maior lentidão” (VELLOSO, 2020). Na reportagem publicada pelo portal *UOL*, lê-se “Você sabia que, assim como as mulheres passam pela menopausa, os homens também têm queda hormonal e diversos sintomas associados?” (ALVES, 2020).

Assim, embora do ponto de vista médico a aproximação entre menopausa e a andropausa seja incorreta, visto que se tratam de processos biológicos distintos,

os veículos noticiosos apresentam o tema a partir de uma analogia entre o corpo feminino e masculino, em uma extensão semântica que aproxima os dois tipos de corpos. Há, nessa correlação discursiva, aspectos importantes a serem considerados: em primeiro lugar, há a representação de uma simbologia específica em relação ao corpo, que aproxima o masculino do feminino. Uma outra simbologia refere-se à articulação desse corpo como um corpo regido por hormônios sexuais, tidos como importantes não apenas do ponto de vista da atividade sexual, mas da saúde masculina como um todo. Por fim, há a delimitação de uma ética específica em relação aos cuidados com esse corpo, que reincorpora a distinção binária como fundamento do cuidado de si. Vejamos como.

A principal causa apontada da “menopausa masculina”, em todos os veículos analisados, é a queda da produção natural de testosterona, visibilizando o corpo masculino como, prioritariamente, um corpo que se articula em torno do discurso do *corpo hormonal*. Isso fica evidente nos trechos em que são descritas as causas da andropausa. De acordo com o site *G1*, por exemplo, “o homem pode enfrentar um estado de ansiedade, frustração e raiva associado a flutuações hormonais, como a diminuição do nível de testosterona e o aumento do estrogênio” (TAVARES, 2020). A *Folha de Pernambuco* acrescenta que

quanto à andropausa, ela foi durante muito tempo, não admitida. Atualmente, já se admite que em cerca de 30% dos homens com mais de 55 anos de idade a diminuição da testosterona é intensa, causando sintomas, e que a sua reposição nestes casos pode ser benéfica (CAVALCANTI, 2020).

A *Folha de Goiás* recomenda, ainda, que os homens procurem um endocrinologista para lidar com a questão, já que o profissional “trata e acompanha os pacientes que apresentam alterações metabólicas e distúrbios decorrentes da deficiência ou excesso hormonal” (FOLHA DE GOIÁS, 2020).

A testosterona se torna uma espécie de personagem principal das reportagens analisadas, a partir do modelo de representação do corpo hormonal — que diz respeito a um discurso médico que ganha primazia no início do século XX e que instaura a diferença entre os sexos não mais em características físicas externas ou na presença/ausência de órgãos específicos, mas sim a partir do mapeamento de hormônios tipicamente femininos ou masculinos. “Os ‘hormônios’ foram definidos como substâncias potentes que regulam os processos físicos dos organismos em termos de agências químicas” (VIEIRA e MARIANO, 2017, p. 43), tornando-se grandes chaves explicativas para comportamentos, características e mesmo papéis sociais. Os hormônios sexuais são apresentados como uma característica natural que implica em ações sociais — servindo a um discurso de naturalização de estereótipos de gênero como a violência masculina ou a emoção feminina, ao descrever causas orgânicas para padrões de comportamento.

“A ideia de que os hormônios determinam tudo, até mesmo nossa inteligência e nosso comportamento frente ao sexo oposto”, para Rohden (2008, p. 134), está cada vez mais presente na cultura popular, de forma que “assistimos ao império de um ‘corpo hormonal’ que parece sobrepor-se a qualquer outra concepção biomédica corrente, pelo menos se considerarmos o sucesso de sua aceitação entre um público cada vez mais amplo”. Os discursos do corpo hormonal, contudo, direcionaram-se historicamente para as mulheres, a partir de discussões sobre os seus estágios cíclicos hormonais, como tensões pré-menstruais e menopausa, que surgem como chaves explicativas para um conjunto de comportamentos e como legitimação de toda um complexo fármaco-industrial destinado a cuidar dos “problemas femininos” (ROHDEN, 2008).

A crescente popularização do termo “andropausa”, na imprensa, mostra que as mediações do corpo hormonal se tornam mais frequentes também em relação às representações das corporalidades dos homens. Para Rohden (2011), trata-se de

um novo modelo de representação acerca do envelhecimento masculino que coloca a sexualidade como foco e está associado, nos meios de comunicação de massa e em publicações científicas, com a necessidade de reposição hormonal — um encaminamento que, no período anterior, era também destinado predominantemente às mulheres através de discursos de medicalização da TPM e da menopausa. “A novidade agora é que, com o discurso em torno [da andropausa], os homens também passam a ser alvos desse tipo de investimento que privilegia a associação entre hormônios, juventude, sexualidade e saúde” (ROHDEN, 2011, p. 162).

O corpo masculino, nessa chave de leitura, é não apenas um corpo hormonal (definido pela presença de testosterona), mas é ainda um corpo altamente sexualizado, desde que haja a presença do hormônio. Os discursos sobre a insaciabilidade sexual masculina aqui, portanto, também atravessam o discurso jornalístico. Os sintomas da andropausa variam nas reportagens analisadas (como irritação, cansaço, depressão, queda do vigor físico, entre outros). No entanto, os principais sintomas que se repetem, em todas as reportagens, é a perda da libido e a queda do desempenho sexual, apontados como as principais manifestações da andropausa. *MS Notícias* enfatiza que “a testosterona é o principal hormônio associado à função sexual. Sua redução, no caso, pode ser identificada pelo menor desejo sexual, diminuição do volume ejaculatório e disfunção erétil” (MS NOTÍCIAS, 2020). *Yahoo Notícias* dá destaque, logo no lead, para o fato de que “o hormônio masculino, além de desenvolver as características físicas do homem, age principalmente no desempenho sexual. Os níveis ideais do hormônio no corpo variam de acordo com a pessoa, porém quando muito baixos podem causar distúrbios como a disfunção erétil” (YAHOO NOTÍCIAS, 2020).

As fotografias de muitas das reportagens possuem uma composição que mostram um homem de meia idade cabisbaixo, com a sua parceira ao fundo manifestando insatisfação. Isso mostra que, nesse tipo de material, é promovida o discurso “de que o homem deve ser forte, viril e potente sexualmente, deixando subentendido que existe o objetivo de ‘satisfazer a companheira’, fazê-la feliz e, assim, ser feliz também” (THIAGO; RUSSO; CAMARGO JÚNIOR, 2016, p. 47).

Durante muito tempo, a queda da atividade sexual foi entendida como uma consequência natural do envelhecimento e motivo de pouca preocupação. Marshall (2010) aponta para o fato de que o grau de importância médica atribuída à idade como causa do declínio sexual tem variado historicamente, de forma que a sabedoria popular do final do século XIX, por exemplo, costumava citar os 50 anos como um período em que era natural que os homens renunciassem aos amores físicos. Contudo, Marshall (2010, p. 211) chama a atenção para o fato de que muito “embora historicamente o sexo tenha sido visto principalmente como uma prerrogativa dos jovens, mais recentemente, a ênfase tem sido na manutenção da sexualidade ativa como um marcador de envelhecimento bem-sucedido”, em um discurso que enfatiza a importância da atividade sexual contínua ao longo da vida, vinculando a função sexual à saúde geral. Isso redundava, também, no aumento da autovigilância e da atenção médica à sexualidade em idades mais avançadas, transformando as populações em envelhecimento em um mercado-chave para as biotecnologias destinadas a melhorar as funções sexuais.

É possível notar que, nas reportagens analisadas, os problemas sexuais são prenúncios de problemas de saúde mais amplos. A reportagem do *Globoesporte* indica que “o homem, quando está com sintomas como cansaço e dificuldades na relação sexual, precisa procurar um médico para avaliar o contexto geral. Se ele tem algum distúrbio metabólico ou hipertensão, é preciso tratar esses problemas” (BITTENCOURT, 2020). A manchete do *ABC Repórter* é “Infarto e derrame podem estar por trás da disfunção erétil: entenda os sinais” (ESTEVAM, 2020). *UOL* mostra que o problema é agravado “se o paciente é obeso, diabético, fuma, se ele bebe muito, ou usa algum hormônio que afeta a produção hormonal, se faz

quimioterapia, ou teve algum trauma na região dos testículos” (ALVES, 2020). Por isso, a prevenção do problema também deve considerar esses cuidados mais amplos com a vida. A reportagem do *Globoesporte* indica que “Como não dá para prever quem apresentará a andropausa, é essencial adotar um estilo de vida saudável e manter acompanhamento médico regular, especialmente quando se chega aos 40 anos e as alterações hormonais podem aumentar”. E, assim, “quando chegar aos 60 anos, quando há uma redução mais intensa dos níveis de testosterona, o homem estará mais preparado para as mudanças no corpo. A atividade física é parte fundamental desse preparo” (BITTENCOURT, 2020).

A sexualidade torna-se um marcador da boa vida, tanto por ser aquilo que demarca o masculino quanto por estar correlacionada aos aspectos mais gerais da saúde do homem. As reportagens sobre andropausa, portanto, apresentam uma representação corporal específica, vinculada aos discursos do corpo hormonal e sexualizado. Como nos lembra Marshall (2010, p. 216), “os corpos [...] nunca estão fora da cultura” e “suposições sobre corpos ‘naturalmente’ [...] sexuais cujas propriedades essenciais podem ser conhecidas e então restauradas obscurecem as concepções hegemônicas de gênero e sexualidade sobre as quais se baseiam”. E, assim

embora uma imagem mais positiva do sexo mais velho do que a que prevalecia no passado seja certamente bem-vinda, está implícita uma suposição subjacente de que aqueles que optam por sair da atividade sexual convencionalmente definida à medida que envelhecem são vítimas de uma patologia (MARSHALL, 2010, p. 219).

A discussão sobre o sexo na terceira idade, nas reportagens, não abarca concepções de sexualidade mais amplas do que o sexo penetrativo, um tipo de silenciamento de discursos alternativos.

A partir desses dados, é possível notar que é feita, nas matérias analisadas, uma contraposição entre o corpo masculino saudável e o corpo masculino andropáusico. O corpo masculino saudável é definido, fundamentalmente, como o corpo cheio de testosterona — ou seja, aquele corpo que é marcado por uma diferença hormonal radical em relação ao corpo feminino. Além disso, trata-se do corpo sexualmente engajado e ativo — justamente pela ação da testosterona em supostos níveis adequados. O corpo andropáusico, antagonicamente, é marcado não apenas pela insuficiência de testosterona, mas também, pela ausência do que tornaria esse corpo masculino: a sua diferenciação em relação às mulheres e a queda de sua principal atividade definidora (a ação sexual). O corpo envelhecido, nesse aspecto, é o corpo da negação àquilo que o demarca como masculino, como o apartamento de uma masculinidade saudável.

A partir das reportagens analisadas, é possível observar que a andropausa é definida, prioritariamente, a partir de uma imagem corporal masculina tida como ideal e suas fronteiras semânticas são desenhadas a partir do que esse corpo envelhecido não é mais. Assim, se o homem é definido prioritariamente por sua testosterona e sua atividade sexual, a andropausa se urde ao negativo: a um corpo que já não tem tanta testosterona ou atividade sexual; um corpo que não responde mais aos imperativos do que define um homem, aproximando-se, sobremaneira, ao seu oposto: um corpo que se abeira tanto do feminino que sofre, inclusive, de menopausa (ainda que masculina).

É importante salientar que tais discursos estão articulados a discursos mais amplos vinculados às masculinidades hegemônicas. Como exposto por Connell (1987), o apelo da masculinidade hegemônica se direciona não apenas para características culturalmente marcadas como masculinas, mas a partir da negação de performatividades urdidas estereotipicamente ao feminino. A masculinidade bem-sucedida passa pela negação e desvalorização de traços ou interesses culturalmente codificados como femininos. Assim, em relação ao corpo andropáusico, não se trata apenas de um corpo que não é mais saudável ou jovem: ele não é, in-

clusivo, mais masculino. Em linhas gerais, trata-se de um corpo cujo contrato com a masculinidade hegemônica foi quebrado e que, por isso, demanda um novo tipo de ética no cuidado de si para restabelecer sua masculinidade.

Para Berdahl *et al* (2018, p. 428), “embora as definições de masculinidade possam mudar dependendo do tempo e do lugar, várias constantes permanecem: a masculinidade é definida por meio da dominância [...] e deve ser provada”. Assim, “como afirmam frases como ‘seja homem’, ser homem é um status conquistado, acima e além de ser biologicamente masculino” (BERDAHL *et al*, 2018, p. 427). Na andropausa, tal (re)conquista da masculinidade se dá pela via de um discurso de consumo, nas reportagens analisadas. A masculinidade perdida pode ser recuperada, desde que o homem assuma uma determinada postura de cuidado de si, amparado na indústria farmacêutica e na orientação profissional. É no cruzamento desses discursos que encontramos as convocações ao consumo masculino na imprensa quando se trata da temática da andropausa.

É possível observar, nesse movimento, as linhas de tensão do discurso. Nas reportagens, ao mesmo tempo que a masculinidade é uma condição biológica — posto que determinada pela presença de testosterona — ela pode ser facilmente perdida — a partir da queda dos níveis de produção de hormônio. Não obstante, o discurso sobre o consumo atua de modo a preencher a lacuna: um homem pode, enfim, recuperar a sua masculinidade desde que tenha conhecimento, orientação e recursos para tal, a partir dos produtos e serviços destinados ao corpo masculino envelhecido. A masculinidade pode ser, então, novamente provada e assumida, a partir não mais de um viés biológico, mas sob o imperativo de uma ação, de um ato de consumo.

Como nos lembra Rocha e Rodrigues (2013), a partir de simbologias, há uma interação entre os discursos sobre o corpo e os discursos sobre o consumo. Afinal, “sem o saber, não legitimamos em nosso próprio corpo o sistema de propriedade privada e industrial quando falamos dos meus para-brisas, dos meus pneus, dos meus vidros, em um posto de gasolina?” (ROCHA; RODRIGUES, 2013, p. 23). Ressaltamos que, na presente pesquisa, não é nosso objetivo fazer um estudo de recepção sobre como os indivíduos respondem a essa convocação. Não obstante, é essa ética de cuidado de si via consumo que articula discursivamente a convocação e que iremos aprofundar a seguir.

O cuidado de si via consumo

O idadismo (entendido como preconceito associado à idade) é recorrente nos suportes midiáticos, de acordo com Castro (2016). Isso fica evidente nos discursos anti-idade “que transformam em ‘traidor’ ou ‘inimigo’ o corpo em processo de envelhecimento”, de forma que a velhice é censurada como algo vergonhoso, que deve permanecer fora de cena. “Como corolário, impõe-se a versão ideal da velhice turbinada para homens e mulheres dispostos a investir, com diligente constância, no corpo como capital, quesito tido como indispensável para a autoestima e a qualidade de vida” (CASTRO, 2016, p. 83). Há, nos suportes midiáticos, para a autora, um pastiche da condição juvenil e uma racionalidade mercantil que implica na perda do direito de ser velho — ao menos, de certos tipos de velhice. Os fármacos e implantes, os aparelhos tecnológicos e as novas descobertas da medicina, nesse cenário, tornam-se um imperativo moral, de forma que o envelhecer bem é associado à capacidade de consumo de bens e serviços anti-idade.

É nesse sentido também que, para Rocha e Rodrigues (2013, p. 35), as representações corporais estão urdidadas a discursos sobre consumo, posto que a corporalidade é “o ponto fundamental de articulação da produção com o consumo”, o “ponto crucial da reprodução do sistema”. A cada parte do corpo corresponderia uma lógica mercantil, de forma que

cada parte deste novo corpo — das unhas (esmaltes, lixas, alicates...) aos fios de cabelo (xampus, rinses, secadores...), do estômago (alimentos, digestivos, restaurantes...) aos órgãos sexuais (talcos, cremes, desodorantes, preservativos...) — cada ínfima parte se transformou em consumidor especializado (ROCHA; RODRIGUES, 2013, p. 35).

Nas reportagens sobre andropausa, esse corpo disponível para o comércio é também evidente, em um discurso que mistura cuidado de si com o imperativo da juventude.

Nas matérias analisadas, é possível observar a exposição de um conjunto de tratamentos possíveis para amenizar os sintomas. De uma maneira geral, as reportagens sugerem mudanças para um estilo de vida mais saudável (com boa alimentação e prática de exercício) e a reposição hormonal. Segundo a reportagem do *Globoesporte*, “o médico fará a avaliação do quadro do paciente para então prescrever o tratamento com testosterona, que pode ser feito por meio de injeções, gel e comprimidos” (BITTENCOURT, 2020). As reportagens frequentemente expõem os riscos envolvidos na reposição hormonal (como a chance de crescimento de tumores pré-existentes), mas não deixam de recomendá-la, desde que sob acompanhamento médico. Em *UOL*, lê-se que “Para iniciar um tratamento de reposição hormonal é preciso buscar ajuda com um especialista. Quando é feito de maneira correta, pode melhorar a qualidade de vida e, sobretudo, aumentar a expectativa de vida dos pacientes” (ALVES, 2020). É defendida a ideia de que os efeitos adversos da velhice podem ser amplamente reduzidos, desde que o indivíduo adote um estilo de vida saudável, tenha a orientação médica correta, bem como acesso financeiro aos tratamentos prescritos.

Subjacente ao discurso, está pressuposta a ideia de que só é velho quem quer: seja por falta de recursos ou de cuidados ao longo da vida. Uma adequada administração dos sintomas da velhice é condição não apenas para que o sujeito seja saudável — mas que tenha a sua própria masculinidade garantida e restabelecida.

Assim, atribui-se ao sujeito a tarefa de “procurar ter acesso ao conhecimento e aos recursos que lhe garantiriam não só a manutenção de sua saúde, mas, mais do que isso, um aprimoramento das suas capacidades e um bom gerenciamento de suas funções”, na medida em que “é preciso buscar sempre uma melhoria no desempenho corporal, para a qual existiriam uma infinidade de possibilidades disponíveis” (ROHDEN, 2011, p. 191).

O discurso sobre a enfermidade aqui, portanto, não se relaciona apenas ao diagnóstico de doenças, mas sim à melhora de funções corporais vinculada à obrigação moral de um bom desempenho a partir de um manejo correto de recursos disponíveis. A relação do indivíduo com o seu corpo passa a se caracterizar, “em muitas situações, por uma recusa a qualquer tipo de queda no desempenho, a qualquer possibilidade de falha, ou mesmo a qualquer experiência de sofrimento como contingências que também fariam parte da vida” (ROHDEN, 2011, p. 192). A adoção de hábitos disciplinares e o consumo de tecnologias disponíveis permitiriam, desde que corretamente aplicadas, o

prolongamento da juventude e ao bom desempenho sexual (também visto como um tipo de ‘fonte da juventude’ e condição para uma vida saudável)” e atuaria “como responsável pela recuperação da produtividade, da ‘qualidade’ de vida, do bem-estar e da felicidade ‘perdidos’ pelo homem (THIAGO; RUSSO; CAMARGO JÚNIOR, 2016, p. 39).

A reposição hormonal é vista sob a ótica da boa gestão de si para manutenção regular do corpo masculino.

A saúde é compreendida como um projeto de vida e as pessoas são responsabilizadas por “estar sempre saudáveis e também tomar todas as precauções com a finalidade de evitar uma possível doença” (THIAGO; RUSSO; CAMARGO JÚNIOR, 2016, p. 46). Assim, “quando a imagem do corpo é tomada como capital a

ser investido na busca incessante do êxito social, os sinais de velhice são interpretados como sinais de deterioração do patrimônio individual” (CASTRO, 2016, p. 89). A andropausa é retratada, discursivamente, como opcional.

Mais do que isso, o tratamento é apresentado como imperativo do discurso de uma ética pessoal de cuidado de si. Aqui, há também uma representação corporal específica, acompanhada de um discurso a legitima: “o corpo de quem sabe o que quer, de quem pode ir e vir, de quem consegue gozar, de quem é dono do próprio nariz, de quem está na sua, de quem é aberto e sem preconceito”. Assim, “o corpo que pertence a quem tem sucesso, toma decisões inteligentes, aprecia o sabor de aventura e os raros prazeres” (ROCHA; RODRIGUES, 2013, p. 35). Enfim, um corpo que pode manter a sua juventude (e sua masculinidade) intactas a partir do consumo adequado de bens e serviços.

O corpo-consumidor, construído por essas reportagens, é aquele em que finalmente o orgasmo pode ser ‘atingido’ ou ‘conseguido’; mas também de um tempo em que é vergonhoso não o ‘atingir’ ou ‘conseguir’”. É um corpo em que a velhice pode ser evitada e que “só morrerá por acaso: se eu esquecer de fazer ginástica, check-up rotineiro, dieta” (ROCHA; RODRIGUES, 2013, p. 36). Mais do que um bem ou serviço, são oferecidos, nesses espaços, promessas de bem-estar e de um estilo de vida bem-sucedido.

Note-se que, aqui, não se trata apenas de um discurso sobre a manutenção da saúde geral do organismo, nem ao menos um discurso sobre a conquista de uma juventude eterna. A comparação com a menopausa — um topo constante nas reportagens sobre o tema — urde a manutenção da saúde à manutenção da masculinidade a partir dos imperativos do discurso do corpo hormonal. Consumir os produtos e serviços associados ao não-envelhecimento é manter-se no eixo de uma masculinidade bem-sucedida, uma vez que, se a andropausa prenuncia a atenuação das diferenças sexuais entre os corpos, aos leitores da reportagem há o voto de que o conhecimento certo e o consumo de produtos adequados podem afastar essa ameaça e reinstaurar a diferença de gênero. A convocação, nos textos analisados, não se dirige ao medo da perda beleza ou da fortuna, mas sim à perda do prestígio e do status associados à masculinidade. A manutenção da masculinidade se torna um imperativo do cuidado de si, algo a ser obtido e conquistado via consumo.

Sem dúvida, muitos aspectos positivos derivam do consumo de tais insumos médicos, podendo levar ao aumento da expectativa de vida e à alteração de padrões de comportamento que liberam (e autorizam) os indivíduos a outras vivências. Há, nessas produções, para além de práticas de consumo, a afirmação de mudanças positivas observadas nos corpos e rotinas, de forma que ficam evidentes a contribuição da ciência, para assegurar qualidade de vida, e a do jornalismo, na divulgação científica. O que o presente trabalho buscou observar em seu recorte específico, contudo, não foi uma forma de invalidar ou problematizar tais aspectos, mas sim de identificar os discursos sobre consumo que, recorrentemente, legitimam essas práticas e mediam as narrativas da imprensa sobre o tema.

Considerações finais

Se em muitas produções midiáticas o envelhecimento é colocado, implicitamente, como uma condição patológica generalizável, as reportagens sobre andropausa contém particularidades interessantes sobre esse aspecto. Nelas, não apenas o envelhecimento é retratado como uma condição disfuncional passível de tratamento, como também está articulado a elementos que, alicerçados em um certo retrato de corporalidade, urdem-se a discursos sobre ameaça da masculinidade e virilidade como forma de legitimação dos discursos de consumo de insumos médicos e de produtos relacionados simbolicamente à vida saudável. É subjacente

ao discurso a ideia de que o corpo masculino, como corpo hormonal movido à testosterona, deixa de ser um corpo confiável na andropausa, posto que o homem abandona o engajamento nas atividades sexuais, mostra-se mais irritado e deprimido e apresenta quedas de desempenho em inúmeras frentes da vida. Trata-se de um corpo que se aproxima de características estereotipicamente vinculadas às mulheres e que, portanto, não se torna apenas envelhecido, mas também cada vez menos masculino, cada vez menos pertencente ao discurso da masculinidade bem-sucedida. O apelo convocacional para o consumo, nesse sentido, dirige-se à recuperação da masculinidade perdida, à possibilidade de pertencimento ao campo da virilidade ativa e a reinstalação da diferença genérica.

A masculinidade, aqui, desenha-se a partir de discursos antagônicos, na medida em que ela é descrita como biológica (a partir da presença ou não de certas quantidades de testosterona no organismo) e, ao mesmo tempo, deve ser conquistada (a partir de uma postura ativa do homem no mundo contra os efeitos do envelhecimento). O consumo é a via para a reconquista da masculinidade. Tal demanda articula um discurso sobre o cuidado de si em que o homem deve buscar insumos para uma vida saudável não para ficar mais bonito, atraente ou rico, mas para continuar participando da vida em uma comunidade de homens.

Referências Bibliográficas

ALVES, B. Homens também passam por processo semelhante à menopausa: entenda. **Viva Bem UOL**, São Paulo, 13 jul. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2020/07/13/homens-tambem-passam-por-processo-semelhante-a-menopausa-entenda.htm>. Acesso em: 20 out. 2020.

BERDAHL, J. *et al.* Work as a Masculinity Contest. **Journal of Social Issues**, v. 74, n. 3, p. 422-448, 2018.

BITTENCOURT, G. Andropausa: sintomas, prevenção e tratamento da ‘menopausa’ masculina. **Globoesporte**, Rio de Janeiro, 15 jul. 2020. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/eu-atleta/saude/noticia/andropausa-causas-sintomas-e-como-evitar-consequencias.ghtml>. Acesso em: 20 out. 2020.

CASADEI, E. B. A emergência do homem consumidor na imprensa: articulações históricas entre as políticas de gênero e de consumo no jornalismo brasileiro. **Fronteiras**, v. 20, p. 298-311, 2018.

CASTRO, G. G. S. O idadismo como viés cultural: refletindo sobre a produção de sentidos para a velhice em nossos dias. **Galáxia**, v. 1, n. 31, p. 79-91, 2016.

CAVALCANTI, N. Os hormônios e as nossas fases da vida. **Folha de Pernambuco**, Recife, 04 jan. 2020. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/noticias/os-hormonios-e-as-nossas-fases-da-vida/126714/>. Acesso em: 20 out. 2020.

CONNEL, R. W. **Gender and Power**. Sydney: Allen & Urwin, 1987.

ESTEVAM, W. Infarto e derrame podem estar por trás da disfunção erétil: entenda os sinais. **ABC REPÓRTER**. São Paulo, 15 jul. 2020. Disponível em: <https://abcreporter.com.br/2020/07/15/infarto-e-derrame-podem-estar-por-tras-da-disfuncao-eretil-entenda-os-sinais>. Acesso em: 20 out. 2020.

FOLHA DE GOIÁS. Endocrinologista: o que ele pode fazer por você. **Folha de Goiás**. Goiás, 14 jan. 2020. Disponível em: <https://folhadegoias.info/endocrinologista-o-que-ela-pode-fazer-por-voce.html>. Acesso em: 20 out. 2020.

GOMES, M. R. Palavra de ordem, dispositivo disciplinar. **Galáxia**, v. 1, n. 5, p. 91-108, 2003.

GOMES, M. R. As materialidades e seus discursos. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 16, n. 46, p. 271-290, 2019.

GOMES, M. R. Interdiscurso nas produções seriadas televisivas. **Matrizes**, v. 15, n. 01, p. 57-76, 2021.

KUSCHICK, C. L. B. R.; MACHADO, F. V. K. Compre, leia, siga e rejuvenesça! Sobre os sentidos movimentados e construídos por Veja acerca da velhice ao longo de sua história (1968-2014). **Galáxia**, v. 1, n. 32, p. 138-150, 2016.

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola, 2008.

MARSHALL, B. Science, medicine and virility surveillance: sexy seniors in the pharmaceutical imagination. **Sociology of Health & Illness**, v. 32, n. 2, p. 211-224, 2010.

MOTTA, A. B. As dimensões de gênero e classe social na análise do envelhecimento. **Cadernos Pagu**, v. 13, n. 1, p. 191-221, 1999.

MS NOTÍCIAS. 5 sinais que você está passando pela menopausa masculina. **MS Notícias**, Campo Grande, 07 out. 2020. Disponível em: <https://www.msnoticias.com.br/editorias/geral-ms-noticias/5-sinais-que-voce-esta-passando-pela-menopausa-masculina/102750/>. Acesso em: 20 out. 2020.

PRADO, J. L. A. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: EDUC, 2013.

ROCHA, E.; RODRIGUES, J. C. **Corpo e consumo**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2013. Disponível em: http://www.editora.puc-rio.br/media/ebook_corpo_consumo.pdf. Acesso em: 22 out. 2020.

ROHDEN, F. O império dos hormônios e a construção da diferença entre os sexos. **História, Ciência, Saúde**, v. 15, n. 1, p. 133-152, 2008.

ROHDEN, F. O homem é mesmo a sua testosterona: promoção da andropausa e representações sobre sexualidade e envelhecimento no cenário brasileiro. **Horizontes Antropológicos**, v. 17, n. 35, p. 161-196, 2011.

TAVARES, M. Aprenda a reconhecer a síndrome do homem irritável. **G1**, Rio de Janeiro, 16 ago. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/blog/longevidade-modo-de-usar/post/2020/08/16/aprenda-a-reconhecer-a-sindrome-do-homem-irritavel.ghtml>. Acesso em: 20 out. 2020.

THIAGO; C. RUSSO, J.; CAMARGO JÚNIOR, K.. Hormônios, sexualidade e envelhecimento masculino: um estudo de imagens em websites. **Interface**, v. 20, n. 56, p. 37-50, 2016.

VELLOSO, T. O que é andropausa? Conheça os tratamentos. **Osasco Notícias**, Osasco, 3 fev. 2020. Disponível em: <https://www.osasconoticias.com.br/o-que-e-a-andropausa-conheca-os-tratamentos.html>. Acesso em: 20 out. 2020.

VIEIRA, R. S.; MARIANO, M. O. Corpo hormonal feminino e suas fases. **Anais da VI Reunião de Antropologia da Ciência e Tecnologia**. São Paulo: USP, 2017.

YAHOO NOTÍCIAS. Andropausa: conheça a ‘menopausa’ que pode afetar a vida sexual do homem. **Yahoo Notícias**, São Paulo, 6 fev. 2020. Disponível em: <https://br.vida-estilo.yahoo.com/andropausa-a-menopausa-que-pode-afetar-a-vida-sexual-do-homem-214555930.html>. Acesso em: 20 out. 2020.