



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Mônica Vitória dos Santos Mendes

**Não se nasce menina ou super-heroína, torna-se: gênero e representações
em animações televisivas**

Rio de Janeiro

2018

Mônica Vitória dos Santos Mendes

**Não se nasce menina ou super-heroína, torna-se: gênero e representações em animações
televisivas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre. Área de Concentração: Comunicação Social.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Denise da Costa Oliveira Siqueira

Rio de Janeiro

2018

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

M538 Mendes, Mônica Vitória dos Santos.
Não se nasce menina ou super-heroína, torna-se: gênero e representações em animações televisivas / Mônica Vitória dos Santos Mendes. – 2018.
129 f.

Orientadora: Denise da Costa Oliveira Siqueira.
Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação Social.

1. Comunicação Social – Teses. 2. Mulher – Teses. 3. Televisão – Teses. I. Siqueira, Denise da Costa Oliveira. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. III. Título.

es CDU 659.3

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Mônica Vitória dos Santos Mendes

**Não se nasce menina ou super-heroína, torna-se: gênero e representações em animações
televisivas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre. Área de Concentração: Comunicação Social.

Aprovada em 8 de março de 2018.

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Denise da Costa Oliveira Siqueira (Orientadora)
Faculdade de Comunicação Social da UERJ

Prof^a. Dr^a. Denise Tavares da Silva
Universidade Federal Fluminense – UFF

Prof^a. Dr^a. Suzy dos Santos
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

Rio de Janeiro

2018

DEDICATÓRIA

A meus pais, Isabel e Joaquim (*in memoriam*), que me ensinaram a importância da educação e da determinação – e estariam muito felizes de presenciar este momento.

Uma mulher que escreve tem poder. E uma mulher com poder é temida.

Gloria E. Anzaldúa

RESUMO

MENDES, Mônica Vitória. *Não se nasce menina ou super-heroína, torna-se: gênero e representações em animações televisivas*. 2018. 129 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

A pesquisa tem como objetivo analisar a representação feminina nas super-heroínas que protagonizam séries de animação atuais, investigando de que forma tais produções questionam, reproduzem ou mesmo reforçam estereótipos de gênero. Busca-se fazer um diagnóstico deste tipo de representações na mídia audiovisual, especialmente a televisão (seja ela aberta, por assinatura ou serviços de streaming), localizando evidências no corpus a partir de análise de imagens e texto, e relacionando a lógica mercadológica da indústria cultural e da cultura da mídia com os padrões de gênero inculcados no sistema patriarcal das sociedades ocidentais contemporâneas, com base em pesquisa bibliográfica. Para identificar que mensagem está sendo transmitida ao público, que poderá apreender comportamentos sociais e estereótipos a partir dos modelos difundidos nas imagens e nas tramas, e entender como o protagonismo feminino é construído atualmente nessas narrativas, foram selecionados episódios de três desenhos animados produzidos em diferentes países e transmitidos internacionalmente na última década – Winx Club; Miraculous: As Aventuras de Ladybug; Avatar: A Lenda de Korra.

Palavras-chave: Gênero. Mulher. Representação. Desenho animado. Televisão.

ABSTRACT

MENDES, Mônica Vitória. *One is not born, but rather becomes, a girl or a superheroine: gender and representations in animated television series*. 2018. 129 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

This research aims to analyze the representation of female superheroes that lead current animated series; investigating how such productions question, copy or even reinforce gender stereotypes. The work seeks to make a diagnosis of these types of representations in audiovisual media, especially television (be it public, pay-TV or streaming services), locating evidences in the corpus based on the analysis of images and text, and relating the marketing logic of the culture industry and media culture with the patterns of gender instilled by the patriarchal system of contemporary western societies. In order to identify what message is being conveyed to the public, who can apprehend social behaviors and stereotypes from the models disseminated in the images and the plots, and understand how the female protagonism is currently constructed in these narratives, we selected episodes of three series, produced in different countries and broadcast internationally in the last decade – Winx Club; Miraculous: Tales of Ladybug and Cat Noir; Avatar: The Legend of Korra.

Keywords: Gender. Woman. Representation. Animated series. Television.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Winx Club: Corpo de Flora.....	82
Figura 2 - Winx Club: Transformação de Stella, pose.....	83
Figura 3 - Winx Club: Transformação de Stella, piscada	84
Figura 4 - Winx Club: Transformação de Stella, luvas	84
Figura 5 - Comparação: Transformação de Sailor Moon, luvas	85
Figura 6 - Winx Club: Feitiço de Tecna, pose	85
Figura 7 - Winx Club: Feitiço de Stella, pose	86
Figura 8 - Winx Club WOW: World of Winx, abertura	87
Figura 9 - Winx Club WOW: Layla e Tecna	87
Figura 10 - Winx Club: Stella, Layla, Flora e Musa.....	88
Figura 11 - Winx Club: Stella oferece pizza a Brandon na festa	90
Figura 12 - Winx Club: Pais de Stella a veem cozinhando.....	93
Figura 13 - Winx Club: Stella e Bloom ameaçadas por Knut	96
Figura 14 - Winx Club: As vilãs trix	96
Figura 15 - Miraculous: Transformação de Ladybug, close da cintura e quadril.....	99
Figura 16 - Miraculous: Transformação de Ladybug, movimento da mão.....	99
Figura 17 - Miraculous: Transformação de Ladybug, continuação do movimento	100
Figura 18 - Miraculous: Poderes mágicos de Ladybug	100
Figura 19 - Miraculous: Poderes mágicos de Ladybug com corações	101
Figura 20 - Miraculous: Ladybug e Cat Noir, comparação dos corpos	101
Figura 21 - Miraculous: Alya e Marinette.....	102
Figura 22 - Miraculous: Ladybug e borboleta akuma.....	102
Figura 23 - Miraculous: Quarto de Marinette	103
Figura 24 - Miraculous: Quarto de Chloe	103
Figura 25 - Miraculous: Cat Noir beija a mão de Ladybug	105
Figura 26 - Miraculous: Cat Noir se ajoelha para Marinette.....	105
Figura 27 - Miraculous: Cat Noir abraça a cintura de Marinette	105
Figura 28 - Miraculous: Chloe se joga no chão.....	106
Figura 29 - Miraculous: Marinette se encolhe no chão.....	107
Figura 30 - Miraculous: Chloe encara Marinette.....	108

Figura 31 - Miraculous: Ladybug protege Cat Noir	109
Figura 32 - Avatar: Korra na primeira temporada	111
Figura 33 - Avatar: Korra se coçando	112
Figura 34 - Avatar: Korra sentada	112
Figura 35 - Avatar: Korra fazendo careta	113
Figura 36 - Avatar: Korra cortando o próprio cabelo	114
Figura 37 - Avatar: Korra na quarta temporada	114
Figura 38 - Avatar: Korra e Asami na festa do último episódio	115
Figura 39 - Avatar: Korra no espelho	116
Figura 40 - Avatar: Korra e Asami de mãos dadas na última cena	117
Figura 41 - Avatar: Korra assim que conhece Bolin	118
Figura 42 - Avatar: Korra enfrenta o presidente Raiko	119
Figura 43 - Avatar: Korra acorrentada	120
Figura 44 - Avatar: Korra se liberta	120
Figura 45 - Avatar: Korra usa seu poder contra Zaheer	120
Figura 46 - Avatar: Korra na cadeira de rodas, com Asami	121

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO METODOLÓGICA	11
1	SUPERPODEROSAS? GÊNERO, CORPO E PATRIARCADO SOB UMA PERSPECTIVA FEMINISTA	20
1.1	Gênero como categoria de análise	20
1.2	Como o patriarcado ensina a ser mulher	25
1.2.1	<u>Patriarcado como sistema de dominação e exploração</u>	25
1.2.2	<u>Construção, ensino e aprendizado precoce do papel de gênero</u>	31
1.3	Da performance ao estereótipo, um caminho a se evidenciar	35
1.4	Panorama do gênero para o feminismo ao longo das últimas décadas	38
1.5	Corpo: construção social, meio de comunicação e locus das emoções	41
1.5.1	<u>Técnicas corporais, movimentos repetidos e emoções aprendidas</u>	42
1.5.2	<u>Corpos marcados: o gênero como estigma</u>	44
2	A CONSTRUÇÃO DAS IMAGENS QUE NOS CONSTROEM NA INDÚSTRIA CULTURAL	50
2.1	Imaginário, heróis e o mito como instituidor de códigos sociais	51
2.2	Indústria cultural e os valores de consumo que sustentam (e relacionam) mídia e sociedade	53
2.3	Ideologia: permeando as práticas sociais e as produções midiáticas	57
2.4	Estratégias mercadológicas: padronização, segmentação e diversidade	59
2.5	Produção televisiva e o poder audiovisual	63
2.6	O feminismo chega à indústria cultural – ou é apropriado por ela	67
2.6.1	<u>A questão do empoderamento na cultura da mídia</u>	73
2.6.2	<u>Mudanças e subversão dos padrões em novos desenhos e heroínas</u>	74
3	ALÉM DO QUE SE VÊ: ANÁLISE DAS REPRESENTAÇÕES FEMININAS NAS ANIMAÇÕES	79
3.1	Winx Club	79
3.1.1	<u>Corpo e expressões</u>	80
3.1.2	<u>Emoções e relações entre personagens</u>	88
3.1.3	<u>Atividade, habilidades e poderes em jogo</u>	92
3.2	Miraculous: As Aventuras de Ladybug	97

3.2.1	<u>Corpo e expressões</u>	98
3.2.2	<u>Emoções e relações entre personagens</u>	103
3.2.3	<u>Atividade, habilidades e poderes em jogo</u>	108
3.3	Avatar: A Lenda de Korra	110
3.3.1	<u>Corpo e expressões</u>	111
3.3.2	<u>Emoções e relações entre personagens</u>	115
3.3.3	<u>Atividade, habilidades e poderes em jogo</u>	119
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	122
	REFERÊNCIAS	127

INTRODUÇÃO METODOLÓGICA

O protagonismo de personagens femininas em produções audiovisuais vem acompanhando as lutas dos movimentos feministas, especialmente a partir da década de 1980, quando se intensificaram as críticas aos estereótipos de gênero. Aos poucos, princesas e personagens sem muitos atributos ou ocupações que não fossem o cuidado com a beleza e com a vida doméstica passaram a dividir espaço com super-heroínas, que assumem habilidades, responsabilidades e valores antes reservados aos homens. Mas será que essas heroínas realmente representam pontos de vista feministas ou apenas reproduzem estereótipos do que é ser mulher em um mundo constituído por sociedades patriarcais que levam em conta o sexo para dividir, hierarquizar e discriminar?

Os modelos aprendidos nas tramas e reificados no uso de produtos licenciados podem descontinuar ou promover uma constante propagação de estereótipos, determinar o questionamento ou a repetição de comportamentos sociais e ideologias. Por isso a importância de se examinar as representações em programas infantojuvenis, muitas vezes tratados apenas como entretenimento leve e inocente. Segundo Douglas Kellner, os textos e imagens da cultura da mídia

não são simples veículos de uma ideologia dominante nem entretenimento puro e inocente. Ao contrário, são produções complexas que incorporam discursos sociais e políticos cuja análise e interpretação exigem métodos de leitura e crítica capazes de articular sua inserção na economia política, nas relações sociais e no meio político em que são criados, veiculados e recebidos (KELLNER, 2001, p.13).

O tema da pesquisa está no âmbito das representações sociais contemporâneas e foi trabalhado no espectro dos meios de comunicação de massa, mais precisamente a televisão. Ao se levar em consideração que a mídia produz significados, servindo como referência para modelos de identidade a serem seguidos, e que a televisão possui papel de destaque entre os meios de comunicação de massa, pela abrangência e apelo audiovisual, é importante saber que mensagem e que valores estão sendo transmitidos ao público.

O gênero masculino, socialmente visto como neutro (o que fica aparente nos desenhos com animais antropomórficos, por exemplo), passou a ceder espaço às primeiras personagens femininas de destaque em animações que costumavam caracterizá-las, em sua maioria, como princesas – como as clássicas figuras de Walt Disney. Posteriormente, ainda que perdessem a

realeza, tais personagens eram marcadas pelas características culturalmente atribuídas ao gênero feminino, como a feminilidade, que engloba outros tantos predicados.

A quantidade de animações com personagens femininas dotadas de habilidades, valores e responsabilidades geralmente conferidas aos heróis de ficção aumentou consideravelmente entre as décadas de 1980 e 1990, causando uma ruptura sutil. A época também foi marcada pela expansão da TV e do cinema, pela evolução das tecnologias e das mídias de armazenamento (CD e DVD), e por um maior questionamento do movimento feminista a respeito da naturalização dos papéis sociais de gênero, cujos reflexos inspiraram o lançamento de produções em que o protagonismo era dividido com personagens masculinos. Mais tarde, na década de 2000, tal movimento ainda se estendeu com *Winx Club*, que copiou o modelo de grupo de “garotas mágicas” (*mahou shoujo*¹) consagrado pela produção japonesa *Sailor Moon*², com meninas de personalidades bem distintas que adquirem poderes sobre-humanos (em geral, simbolicamente relacionados a suas personalidades) para lutar contra forças do mal.

Observa-se nesses exemplos um protagonismo feminino que até então surgia timidamente, em casos isolados entre as séries animadas, com certa independência em relação a personagens masculinos. Esta polaridade entre gêneros é, inclusive, reforçada. O protagonismo invocado pelas heroínas seria uma tentativa de subverter a lógica do herói masculino e da princesa em perigo, abrindo novas possibilidades de representação.

Atualmente, as temáticas femininas nas produções voltadas ao público infantojuvenil insinuam também outra tendência. Ainda proliferam os desenhos que são mais evidenciados, mais marcados como “para meninas”. Novamente se vê a força do cor-de-rosa como marcador de gênero e categoria. Para Bourdieu (2007, p.46), as posturas corporais e as formas de andar, olhar, se mover e se mostrar – as técnicas corporais, como diria Marcel Mauss (2003) – estão impregnadas de uma ética e uma política que se alinham à dominação. Fazem parte de um adestramento do corpo para naturalizar esta ética e reforçar a diferenciação entre

¹ Os desenhos animados japoneses, ou animes, costumam ser classificados de acordo com o público-alvo. *Shoujo* são animações de fantasia voltadas para meninas, enquanto os *mahou shoujo* são uma subdivisão deste gênero, que em geral têm super-heroínas com poderes mágicos (“garotas mágicas”) como protagonistas.

² *Sailor Moon* é uma série animada baseada em uma série de mangá (história em quadrinhos japonesa) escrita e ilustrada pela autora Naoko Takeuchi na década de 1990. A protagonista é uma adolescente que descobre ter poderes mágicos e se torna uma guerreira para lutar contra forças do mal junto a outras quatro jovens guerreiras (na primeira temporada da série). A história tem elementos de fantasia simbólicos e baseados em mitologias e astrologia. No Brasil, foi exibida inicialmente na TV pela extinta Rede Manchete entre 1996 e 1997. No início dos anos 2000, a Rede Record e o canal de TV por assinatura Cartoon Network também transmitiram o desenho, com temporadas inéditas. Houve, ainda, breves reexibições pela Ulbra TV e pela Rede Brasil entre 2011 e 2014.

os gêneros feminino e masculino e suas identidades pretensamente antagônicas. Nos desenhos atuais tudo isso permanece muito vívido. A apresentação dessas histórias e personagens, além de categorizada veementemente, tem elementos visuais (as cores, o brilho) e temáticos que o tempo todo se destacam do neutro e se contrapõem ao que é masculino ou considerado “para meninos”, como se o feminino precisasse ser sempre explicitamente caracterizado.

A segmentação fundamentada no gênero é também estratégia de venda, já que o consumo do produto cultural (no caso, o desenho animado) se prolonga com outros produtos que vão sendo criados e oferecidos pouco a pouco: bonecas e brinquedos inspirados nas histórias, material escolar, roupas/fantasia, artigos para festas etc., sem mencionar os anunciantes que patrocinam a exibição. Nota-se, inclusive nas próprias tramas, um deslocamento da ideia de empoderamento para a lógica de consumo. A quantidade de desenhos de super-heroínas na grade de programação das TVs ainda não acompanha a dos super-heróis, e os que persistem sofreram atualizações que correspondem ao espírito mercadológico, além de um retrocesso sob o ponto de vista de muitas autoras feministas. Mesmo o empoderamento já não parece servir mais à coletividade apenas, como a atitude de um herói que toma a iniciativa e desperta a consciência de seu poder a fim de resolver problemas coletivos, mas também traz em si um individualismo exacerbado que se conforma e consente com as tendências consumistas atuais. Percebe-se, portanto, ideais feministas sendo reaproveitados e ressignificados de forma a se adequar às opções oferecidas pelo mercado. Como afirma Nancy Fraser (2009, p.23), o surgimento do neoliberalismo mudou drasticamente (de forma negativa, vale frisar) o terreno no qual o feminismo operava, o que levou a uma ressignificação de seus ideais. Para ela, “as mudanças culturais impulsionadas pela segunda onda, saudáveis em si próprias, serviram para legitimar uma transformação estrutural da sociedade capitalista que avança diretamente contra as visões feministas de uma sociedade justa” (FRASER, 2009, p.14).

A predominância de cores consideradas femininas e o tipo de indumentária, alinhada à moda para criar identificação no público, introduzem elementos relacionados a uma representação da mulher que obedece aos padrões de beleza e feminilidade contemporâneos, como se vê em revistas, filmes, vídeos e novelas. Considerando que o público-alvo dos desenhos animados analisados nesta pesquisa é composto de meninas e adolescentes, a adultização e a fetichização das heroínas podem soar como incoerência, mas fazem sentido tanto dentro da perspectiva da indústria cultural segundo Edgar Morin (2002), como veremos à frente, quanto dentro de uma lógica patriarcal que não só objetifica sexualmente as mulheres, mas também as encoraja a se objetificarem. “A cultura é corporificada”

(FEATHERSTONE, 1995, p.40), por isso a discussão sobre como os marcadores de gênero aparecem no corpo feminino é, também, significativa.

As representações coletivas ou sociais são transmitidas de geração em geração em um grupo social, constituindo suas visões de mundo, e estão diretamente ligadas ao imaginário de uma sociedade, assim como os mitos e imagens, que hoje podemos encontrar principalmente na mídia. A ficção se inspira no real e o real se espelha na ficção continuamente; por isto também os desenhos dizem muito sobre os papéis de gênero em vigência na sociedade – ajudam a entendê-los e a questioná-los. A naturalização desses papéis ainda é comumente reproduzida em obras audiovisuais e literárias e legitimam as estruturas de dominação, mesmo com todas as reivindicações feministas das últimas décadas. As super-heroínas representam em parte as pautas feministas, pois passam a habitar e dividir um espaço que antes era reservado aos homens, espaço este que é também uma arena de lutas simbólicas. Torna-se válido, portanto, entender como são construídas as personagens e suas narrativas, e qual papel, de fato, é destinado às mulheres quando assumem as funções de heroínas nas histórias, num momento em que não mais ficam à sombra do protagonismo masculino.

Com base neste imaginário e na análise do corpus, o estudo busca entender como o protagonismo feminino foi construído nessas narrativas, levando em consideração questões de gênero, reproduções do corpo, bem como a estética televisiva e seus desdobramentos mercadológicos. Portanto, parte-se de uma questão central, que apresenta três hipóteses plausíveis: Até que ponto as super-heroínas dos desenhos animados questionam, reproduzem ou mesmo reforçam estereótipos de gênero? Como a mulher tem sido representada nessas personagens atualmente, e como essa representação serve às lógicas do consumo, do capital e da dominação?

Visto, portanto, que as narrativas podem tanto funcionar como espaço de repetição de modelos dicotômicos (homem-mulher) quanto comunicar outros paradigmas, o objetivo central da pesquisa é analisar de que forma o gênero feminino está sendo representado nas super-heroínas que protagonizam desenhos animados – e por quê. Entre seus objetivos específicos, está observar se as protagonistas das séries se destacam por sua liderança, força, empoderamento e autonomia (inclusive sobre seus corpos) tais quais os super-heróis, bem como igualdade (na capacidade intelectual e física) e independência em relação a personagens masculinos. Além disso, faz sentido avaliar como se encaixam nas lógicas de consumo e de dominação simbólica, dentro do arcabouço de signos atrelados à ideia de feminino.

É importante identificar, nas produções escolhidas, padrões de comportamento que reproduzam estereótipos de gênero e modelos sexistas (como é a postura diante de outros

personagens, masculinos e femininos, quais são seus pontos fracos, poderes e atributos, ao que estes remetem simbolicamente, que elementos em seus corpos servem como marcas do feminino etc.), bem como entender os modos de construção de uma hiperssexualização – nos corpos e nas vestimentas – e compreender as condições culturais e seus usos na narrativa, enquanto examinam-se, ainda, elementos de adultização ou infantilização das personagens. Por fim, também cabe à pesquisa buscar mostrar as relações afetivas que se desenvolvem entre os personagens, no que as motiva, no que as complexifica e nos seus papéis na história, sejam elas de amizade, rivalidade, interesse ou amor romântico.

Para abordar as representações femininas nas super-heroínas de séries de animação, foram definidas como corpus três produções veiculadas na última década: a italiana *Winx Club* (ou *O Clube das Winx*), a nipo-franco-coreana *Miraculous: As Aventuras de Ladybug* e a norte-americana *Avatar: A Lenda de Korra*. Todas são internacionalmente conhecidas e veiculadas até hoje em diferentes países, incluindo o Brasil, por canais de TV aberta ou por assinatura ou disponibilizadas em serviços de *streaming* sob demanda, como Netflix. Teve-se o cuidado de selecionar desenhos recentes, produzidos em países distintos, mas que tivessem alcance mundial, e que, acima de tudo, apresentassem mulheres como protagonistas, em papéis de super-heroínas. Tais critérios foram previamente estabelecidos³.

Winx Club foi o primeiro desenho animado italiano a ser vendido nos Estados Unidos⁴. Desde o seu lançamento, em 2004, foram criadas sete temporadas (são 182 episódios ao todo), transmitidas em mais de 40 países. No Brasil, já foi exibido nos canais de TV por assinatura Cartoon Network, Boomerang e Nickelodeon, e nos canais abertos SBT e TV Cultura, que comprou a série em 2015. A Netflix lançou, em novembro de 2016, uma expansão da franquia – a série *spin-off*⁵ *Winx Club WOW: World of Winx*. Na história original, uma garota descobre que possui habilidades mágicas e se une a outras cinco quando vai desenvolver seus poderes em uma escola de fadas, numa dimensão paralela povoada por seres fantásticos, como bruxas, contra as quais precisam lutar.

Miraculous: As Aventuras de Ladybug, lançado em 2015 e exibido no Brasil pelo canal por assinatura Gloob, está em sua segunda temporada, que ainda não teve todos os seus

³ Os três desenhos foram criados e produzidos por homens, com equipes de produção majoritariamente masculinas.

⁴ Segundo informações da página oficial da animação na internet, disponível em: <http://www.winxclub.com>. Acesso em: 20 jun. 2017.

⁵ *Spin-off* é uma obra narrativa derivada de outra já existente, que geralmente se concentra em um tema ou personagem específico ou se passa numa história ou ambiente diferente do original.

26 episódios exibidos. Líder de audiência do canal e com o maior número de produtos licenciados⁶, a animação também já conta com um *spin-off*, *Miraculous – Contos de Paris*, uma minissérie em cinco episódios de dois minutos de duração e com uma estética diferente da original, em 2D. Inspirado no modelo de “garotas mágicas” assim como *Winx Club* (ainda que sem a formação de um grupo de heroínas), *Miraculous: As Aventuras de Ladybug* apresenta uma menina chamada Marinete como protagonista, que divide a cena com Adrien/Cat Noir, seu aliado e par romântico na trama.

Já *Avatar: A Lenda de Korra* é uma série estadunidense baseada em uma continuação da série *Avatar: A Lenda de Aang*. Lançada em 2012, a sequência tem trama independente, com quatro temporadas e 52 episódios ao todo. No Brasil, já foi exibida no canal de TV por assinatura Nickelodeon; em TV aberta pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) e pela Rede Bandeirantes, e também ficou disponível no catálogo da Netflix. Os traços do desenho remetem ao estilo dos animes, de forma levemente ocidentalizada. A série se passa em um mundo fictício e mistura magia com elementos das culturas chinesa e japonesa, como artes marciais e mitologias.

Para os objetivos propostos aqui, além da pesquisa bibliográfica, foram analisadas imagens e textos das três séries de animação citadas, utilizando também recursos de análise fílmica, comumente usada em produções cinematográficas, com as devidas adaptações para o meio audiovisual e formato em questão. Segundo Jacques Aumont e Michel Marie, não há um só método “aplicável igualmente a todos os filmes, sejam quais forem. Todos os métodos de alcance potencialmente geral que iremos evocar devem sempre especificar-se, e às vezes ajustar-se, em função do objeto preciso de que tratam” (AUMONT; MARIE, 2004, p.40).

Não existe, portanto, um método universal de análise de produções audiovisuais. Como afirmam Aumont e Marie, a análise fílmica é uma atividade descritiva e uma forma de explicar os fenômenos observados nos filmes, racionalizando-os. Os autores sugerem que o analista deve decompor os elementos pertinentes da obra e oferecer uma interpretação, considerando ilusória “uma tal neutralidade científica” (AUMONT; MARIE, 2004, p.14). Além disso, eles ressaltam que se pode tanto “dedicar a sua atenção às obras-primas indiscutíveis da história do cinema como à massa indistinta da produção comercial”, como é o caso desta pesquisa. “O olhar com que se vê um filme torna-se analítico quando, como a etimologia indica, decidimos dissociar certos elementos do filme para nos interessarmos mais

⁶ Na faixa horária de exibição da atração, o Globo é líder de audiência entre as meninas de 4 a 11 anos e fica entre os dez canais por assinatura mais vistos. Disponível em: <http://woomagazine.com.br/miraculous-as-aventuras-de-ladybug-conquista-o-publico-e-o-mercado-brasileiro>. Acesso em: 2 jul. 2017.

especialmente por tal momento, tal imagem ou parte da imagem, tal situação” (AUMONT; MARIE, 2004, p.11). Assim, foram utilizados como práticas metodológicas, além da descrição de imagens e diálogos das séries, recursos como a repetição de planos e sequências e a pausa na imagem:

É evidente que uma análise não se resume à pausa na imagem (por isso dizemos que esta é o emblema daquela, e não o seu método ou essência): é porém inegável que é a partir da possibilidade dessa pausa que o objecto-filme se torna plenamente analisável: [...] é a partir de elementos conhecíveis na pausa na imagem que podemos construir as relações lógicas e sistemáticas que são sempre o objectivo da análise (AUMONT; MARIE, 2004, p.38-39).

Iluska Coutinho observa que, ao fazer a análise da linguagem visual na TV e em outros meios audiovisuais e suas narrativas, deve-se ter em mente, acima de tudo, o conhecimento e a compreensão das características discursivas da grande narrativa em que está inserido o registro visual.

Desta forma, ao atribuir sentido a dada imagem, [...] é preciso considerar sua adequação ao estilo de linguagem do programa, filme ou categoria videográfica por meio da qual aquela mensagem visual é experimentada, ou consumida [...]. Após a leitura e interpretação dos registros visuais, [...] a última etapa seria a redação final do texto de forma a garantir que os dados obtidos com a análise da imagem respondam às questões centrais da pesquisa (COUTINHO, 2005, p.343).

A pesquisa tem caráter predominantemente qualitativo e de observação, distanciada, com objetivo descritivo e explicativo. O intuito é fazer um diagnóstico, apontando tendências com base em teorias feministas, das ciências sociais e dos Estudos Culturais. Foram selecionados para análise sete episódios de cada uma das três séries – *Winx Club*; *Miraculous: As Aventuras de Ladybug* e *Avatar: A Lenda de Korra* –, sendo pelo menos um de cada temporada já lançada até a etapa de análise do material para a pesquisa⁷. O critério prioritário para a escolha dos capítulos foi a maior relevância dentro da narrativa, ou seja, foram contemplados aqueles que possuem momentos de clímax, que em geral são os que atingem maior audiência, como o primeiro e o último de cada temporada. Cada episódio tem entre 22 e 25 minutos de duração.

Sobre os critérios para a escolha do objeto, teve relevância a constatação de que estudos na área de comunicação não costumam focar na programação televisiva infantojuvenil

⁷ No caso de *Winx Club*, que tem episódios além das sete temporadas, também será considerado um *spin-off* da série para a contagem – uma temporada mais antiga, portanto, será descartada para a análise de um episódio do *spin-off*.

e que existem poucas pesquisas que tratem de corpus semelhante neste campo. Mesmo as áreas que costumam abordar temas próximos, como educação, psicologia, literatura, história e, mais recente e especificamente, estudos de gênero, tendem a usar como corpus as histórias em quadrinhos ou, quando chegam a produções audiovisuais, os filmes. Dificilmente se expandem para além da literatura e do cinema. Considerou-se também que os criadores de desenhos animados teriam, em tese, mais “liberdade” de representar suas heroínas esteticamente, por trabalharem com corpos projetados, desenhados, e não reais. O tipo de personagem escolhido para a pesquisa é uma forma de questionar o aparente poder que uma super-heroína deveria ter, já que estaria sendo conferido às personagens femininas o protagonismo e a autonomia que por muito tempo foram negados às mulheres. Tais (super) poderes estão de fato as “empoderando” ou são mais uma maneira de encobrir as desigualdades e a opressão de gênero?

Os desenhos selecionados, portanto, obedeceram aos seguintes parâmetros: originários da televisão (aberta, por assinatura ou *online* em *streaming* sob demanda); com protagonistas femininas e em papéis de super-heroínas; recentes (produzidos na última década e veiculados até hoje); de alcance mundial, ou seja, produzidos em diferentes países e veiculados em muitos países, incluindo o Brasil. A última parte da pesquisa é dedicada à análise do corpus de forma a relacioná-la às discussões teóricas dos dois primeiros capítulos, como descrito a seguir.

Destacando o cerne do objeto de pesquisa, o primeiro capítulo desta pesquisa trata das questões de gênero e da corporeidade sob perspectivas feministas, e como os padrões sociais sexuais e estereótipos associados são criados, repetidos e naturalizados em nossa sociedade. O gênero é explicado como construção e como performance, e o corpo é abordado também como construção social, assim como meio de comunicação, como lócus das emoções e como elemento de uma época – um espaço onde se infiltram discursos, onde perpassa o poder e onde enxergamos os efeitos de um modelo dicotômico que categoriza indivíduos e evidencia a diferença entre os gêneros. Serão abordados os aspectos que caracterizam o gênero feminino como tal, por que há a necessidade de se falar do sistema sexo/gênero e de que forma este par explica as desigualdades entre mulheres e homens dentro do patriarcado. Também foi incluído neste capítulo um recente panorama histórico do feminismo, inserido num paralelo traçado com marcadores de gênero que se evidenciam nos desenhos. Entre as autoras de referência, estão Joan Scott, Teresa de Lauretis, Heleieth Saffioti e Judith Butler, além de Pierre Bourdieu. David Le Breton, Marcel Mauss, Susan Bordo e Denise Siqueira complementam as reflexões sobre como os corpos femininos e as emoções são treinadas e representadas.

O segundo capítulo é destinado à exploração de temas relacionados à indústria cultural especificamente, em suas imbricações com os conceitos de cultura de massa, cultura da mídia e cultura do consumo, e também à construção e ao consumo das produções televisivas. Cabe entender como as ideologias dominantes, características das estruturas de dominação e notoriamente patriarcais, servem ao mercado, e de que maneira o processo de produção midiático e suas mensagens podem contribuir para a reificação de diferenças sociais e sexuais ou mesmo abrir brechas para o questionamento e a mudança de paradigmas. Fez-se necessário, ainda, uma elucidação inicial do papel das imagens e dos mitos na nossa sociedade. Por fim, apresenta-se uma breve retrospectiva da presença, na indústria cultural, de personagens femininas, especialmente como protagonistas e heroínas de desenhos animados e produções afins, e como o feminismo serviu de inspiração para a criação dessas histórias – problematizando, inclusive, a ideia de empoderamento. São trabalhadas principalmente obras de Muniz Sodré, Douglas Kellner, Mike Featherstone, Edgar Morin e Stuart Hall. Michel Maffesoli e Gilbert Durand contribuem para a reflexão sobre imagem e imaginário.

Cabe ressaltar que não se assumirá uma posição de determinar qual linha do movimento feminista está “mais certa” – se a opressão de gênero e o patriarcado vieram antes ou depois da ascensão do capitalismo, por exemplo – mas assinalar o modo de produção capitalista como fator crucial na manutenção das opressões de gênero e do patriarcado – portanto, fundamental para se entender como são representadas as diferenças entre mulheres e homens nos produtos da indústria cultural.

1 SUPERPODEROSAS? GÊNERO, CORPO E PATRIARCADO SOB UMA PERSPECTIVA FEMINISTA

O que é ser mulher? Existiria uma “essência” que definiria esta categoria, ou um destino pré-determinado na gestação do qual não se pode fugir?⁸ E por que, por tanto tempo, “homem” foi tratado como sinônimo de “humanidade”? Cabe, aqui, uma abordagem analítica e arqueológica dos conceitos de gênero e patriarcado, a fim de entender como ocorre a construção da ideia do que é uma mulher, ou do que define o grupo composto por mulheres, o que as difere dos homens e os motivos que fundamentam esta divisão social binária que, enraizada num sistema de opressão, contrapõe ambos os grupos sem validar outras possibilidades de modos de viver e apresentar o corpo coletivamente. Usando as teorias feministas como eixo, parte-se de uma perspectiva estabelecida por autores que entendem o gênero como algo construído culturalmente e não estático, mas em processo, como Teresa de Lauretis (1994), que se baseia nas seguintes proposições: gênero é uma representação; representar o gênero é construí-lo; a sua construção continua em andamento e também se faz por meio de sua desconstrução.

1.1 Gênero como categoria de análise

A partir da década de 1970, pesquisadoras e militantes feministas começaram a utilizar o termo “gênero”⁹, para se referir à organização social dos sexos e marcar seu caráter sociocultural, buscando abolir o determinismo biológico implícito nas questões sobre o sexo e problematizar o que era anteriormente dado. De acordo com elas, não há na natureza nenhuma justificativa para a existência da ideia de que mulheres são inferiores aos homens, mas há na História uma narrativa que se fundamenta na natureza para justificar essa inferioridade. Como crítica a isso, autoras de referência nos estudos feministas, como as citadas aqui, procuraram

⁸ O título desta dissertação faz referência à conhecida frase da filósofa francesa Simone de Beauvoir (1980, p.9): “Não se nasce mulher, torna-se mulher”.

⁹ Apesar das discussões acerca do conceito terem se propagado principalmente a partir dos anos 70, o primeiro a cunhar o termo “identidade de gênero” para fazer tal diferenciação foi o psiquiatra Robert Stoller, em 1968, no livro *Sex and Gender* (HARAWAY, 2004, p.216).

destrinchar o conceito de gênero¹⁰ em suas obras, com pontos de vista específicos sobre o tema, mas, de modo geral, considerando que as diferenças e as desigualdades entre mulheres e homens são discursivamente construídas, não biologicamente determinadas. Como afirma Donna Haraway:

Apesar de importantes diferenças, todos os significados modernos de gênero se enraízam na observação de Simone de Beauvoir de que “não se nasce mulher”, nas condições sociais do pós-guerra que possibilitaram a construção das mulheres como um coletivo histórico, sujeito-em-processo. Gênero é um conceito desenvolvido para contestar a naturalização da diferença sexual em múltiplas arenas de luta (HARAWAY, 2004, p.211).

Esse aspecto dicotômico foi expressado pelo termo “sistema sexo-gênero”, usado pela antropóloga Gayle Rubin nos anos 70, que demarca limites entre o que seria dado como biológico ou pertencente a uma natureza (nascemos com constituição genética e órgãos femininos ou masculinos, segundo o discurso médico-científico) e o que seria fruto da socialização, como será discutido a seguir. Rubin definia o sistema sexo-gênero como “o sistema de relações sociais que transformava a sexualidade biológica em produtos da atividade humana e no qual são satisfeitas as necessidades sexuais específicas daí historicamente resultantes” (HARAWAY, 2004, p.223). Baseia-se na essencialização da diferença e na oposição entre feminino e masculino, identificando-se como fundamento último do ser.

Usando as teorias de semiótica de Charles Peirce, Teresa de Lauretis trabalhou também em cima do sistema de sexo-gênero, pensando-o como “um aparato semiótico, um sistema de representação que atribui significado (identidade, valor, prestígio, posição de parentesco, status dentro da hierarquia social etc.) a indivíduos dentro da sociedade” (LAURETIS, 1994, p.212). Ela, Joan Scott e Judith Butler se desdobraram a partir do legado de Simone de Beauvoir e se inspiraram na obra do filósofo Michel Foucault e seu entendimento do discurso enquanto formador da realidade para explicar os problemas do “tornar-se mulher”. Para Lauretis (1994, p. 208), gênero é uma representação e uma

¹⁰ Não entraremos aqui numa discussão a respeito das diferenças linguísticas que contornam o significado da palavra e suas possíveis traduções, que apresentam implicações de sentido variáveis conforme o país ou a língua de origem. Mas, visto que a questão se entranha nas produções discursivas, é evidente o peso da linguagem e do próprio uso do termo na análise das desigualdades. “Gênero é central para as construções e classificações de sistemas de diferença. A diferenciação complexa e a mistura de termos para ‘sexo’ e ‘gênero’ são parte da história política das palavras” (HARAWAY, 2004, p.209).

construção, uma categoria que representa não um indivíduo, mas uma relação social¹¹. É um produto de diversas tecnologias sociais (como o cinema, a literatura, a TV) que se dispõem a normatizar a conduta das mulheres, encaixando-as em padrões comportamentais rígidos. Tais tecnologias são, na verdade, técnicas e estratégias discursivas por meio das quais o gênero é construído. “Assim como a sexualidade, o gênero não é uma propriedade de corpos nem algo existente a priori nos seres humanos, mas, nas palavras de Foucault, ‘o conjunto de efeitos produzidos em corpos, comportamentos e relações sociais’” (LAURETIS, 1994, p.208). Segundo a autora, a construção do gênero é tanto o produto quanto o processo de sua representação (1994, p.212) e vem se efetuando, hoje, em ritmo semelhante ao de outros tempos.

É pelo discurso que o gênero é criado e atualizado, por isso, a identidade de gênero é construída através da linguagem. E nenhum indivíduo escapa a esta classificação; a partir do momento em que nasce, está imerso na linguagem e precisa se identificar como mulher ou homem nas interações sociais e seus regulamentos e burocracias. Partindo também de uma perspectiva foucaultiana, Joan Scott (1995) traz o tema para uma discussão histórica e compreende o gênero como um saber sobre as diferenças sexuais, e que, por isso, estaria imbricado a relações de poder. Como organização social da diferença sexual percebida, o gênero, porém, não reflete ou fixa diferenças corporais em mulheres e homens, mas sim estabelece significados para tais distinções. Esses significados variam conforme a época, as culturas e os grupos sociais. Para Scott, o gênero sublinha também “o aspecto relacional das definições normativas das feminilidades” (1995, p.3).

As primeiras obras acerca do conceito, no entanto, faziam referência ao sistema sexo-gênero de modo a enquadrar os termos em duas esferas independentes e imiscíveis: o sexo pertenceria ao corpo, parte biológica e natural, e o gênero seria a correspondência cultural, o que é criado pelo ser humano e, por isso, suscetível a mudanças. Scott e Butler questionam essa natureza, entendendo o sexo como construído sócio-culturalmente assim como o gênero, e não como matéria-prima. Scott (1995, p.7) recorda que, segundo a perspectiva de construção social, o gênero seria “uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado”, num sistema que “pode incluir o sexo, mas que não é diretamente determinado pelo sexo nem determina diretamente a sexualidade”.

Para Butler (2015, p.25), “[...] está claro que colocar a dualidade do sexo num domínio pré-discursivo é uma das maneiras pelas quais a estabilidade interna e a estrutura binária do

¹¹ Grande parte das pesquisadoras deste campo vê o gênero não isoladamente, como atributo particular ou de um grupo, mas como uma relação entre sujeitos socialmente construídos em contextos históricos determinados.

sexo são eficazmente asseguradas”. Assim como Foucault, ela parte do questionamento de como o sexo, enquanto instância dotada de leis e coações que diferenciam mulheres e homens, pode ser, na verdade, algo produzido pelo dispositivo da sexualidade. Afinal, nenhuma experiência corporal existiria fora dos processos sociais e históricos de construção de significados, fora das relações sociais (SCOTT, 1995, p.21)¹². Neste entendimento, inclusive, Heleieth Saffioti já considera sexo e gênero uma unidade, “uma vez que não existe uma sexualidade biológica independente do contexto social em que é exercida” (2004, p. 109). Da mesma forma, Butler acredita que a relação entre sexo e gênero é totalmente arbitrária, ou seja, não há nada que garanta que um sexo esteja ligado a um gênero, e, portanto, a distinção entre ambos seria nula (2015, p.27).

Mais do que compreender também o sexo fora de uma dimensão pré-discursiva, meramente biológica, Butler defende que gênero é um ato intencional e performativo que produz significados – “significados culturais assumidos pelo corpo sexuado” (BUTLER, 2015, p. 24). Saffioti (2004, p. 135), destacando que corpo e mente/psique constituem uma unidade social, considera que o gênero de fato independe do sexo e não se reduz a ele, “da mesma forma como é impensável o sexo como fenômeno puramente biológico” – embora haja, contudo, um vínculo orgânico entre ambos. Segundo Butler (2015, p.25), o gênero não deve ser “meramente concebido como a inscrição cultural de significado num sexo previamente dado, [...] tem de designar também o aparato mesmo de produção mediante o qual os próprios sexos são estabelecidos”.

Há uma ordem compulsória na sociedade que relaciona gênero, sexo e desejo sexual e faz parecer natural uma classificação que, na verdade, seria fruto de convenções culturais e históricas. A legitimação dessa categorização reiteraria normas sociais e serviria aos fins de reprodução por garantir a heterossexualidade e a normatização dos corpos a partir de oposições binárias (homem x mulher). “A heterossexualização do desejo requer e institui a produção de oposições discriminadas e assimétricas entre ‘feminino’ e ‘masculino’, em que estes são compreendidos como atributos expressivos de ‘macho’ e de ‘fêmea’” (BUTLER, 2015, p.44).

É evidente que a constituição genética, a formação das genitálias e o sistema hormonal do que é considerada uma mulher e do que é considerado um homem são diferentes, mas também é certo que nenhum indivíduo é igual ao outro em suas singularidades biológicas. O quanto são arbitrários os critérios utilizados para a categorização dos indivíduos e a definição

¹² Trataremos mais especificamente sobre a questão do corpo no segundo capítulo desta dissertação, mas é importante compreender que não há como pensar gênero sem analisar o caráter social dos corpos.

ou padronização do que é uma diferença relevante o suficiente para agregar tantas características comportamentais?

É efetivamente a diferença sexual e a ação do dispositivo patriarcal que constroem os sexos e suas delimitações, seus princípios de exclusão, suas formas e expressões, a heterossexualidade como norma e referência, a sexualidade como fundamento do ser, como identidade e inteligibilidade social (SWAIN, 2014, p.39).

Com esse entendimento, pode-se dizer que gênero e sexo são ficções reguladoras de uma realidade criada para consolidar o regime de poder atual, objetivo que será retomado e esmiuçado à frente.

Mais tarde, o uso de gênero foi questionado por assumir um caráter supostamente eufemístico, em substituição aos termos “mulher” ou “mulheres”. A crítica é plausível se pensarmos em como o conceito é utilizado em textos e pesquisas que, na verdade, só tratam de questões relativas às mulheres. Para Scott (1995, p.6), à “procura de uma legitimidade acadêmica pelos estudos feministas”, a palavra passou a ser usada por conferir uma conotação mais objetiva ou neutra aos trabalhos. Entretanto, “inclui as mulheres sem as nomear” e não se constitui como ameaça crítica. “Muito usado como substituto de mulheres, *gênero* não implica, necessariamente, desigualdade ou poder nem aponta a parte oprimida” (SAFFIOTI, 2004, p.112).

O gênero é um eixo a partir do qual o poder é articulado, em detrimento das mulheres (SAFFIOTI, 2016, p.392). No entanto, se as mulheres são entendidas como “vítimas passivas do sexo e do gênero como um sistema de dominação, nenhuma teoria da liberação seria possível. Portanto, não se deve permitir que o construcionismo social na questão do gênero se torne uma teoria de determinismo fechado” (HARAWAY, 2004, p.207). Se o gênero é construído, então,

poderia sê-lo diferentemente, ou sua característica de construção implica alguma forma de determinismo social que exclui a possibilidade de agência ou transformação? [...] Quando a “cultura” relevante que “constrói” o gênero é compreendida nos termos dessa lei ou conjunto de leis [culturais inexoráveis], tem-se a impressão de que o gênero é tão determinado e tão fixo quanto na formulação de que a biologia é o destino. Nesse caso, não a biologia, mas a cultura se torna o destino (BUTLER, 2015, p. 28-29).

Esse questionamento acerca de uma rigidez ou determinismo contraditório do gênero será retomado no fim do próximo tópico.

1.2 Como o patriarcado ensina a ser mulher

Enquanto algumas pensadoras feministas tratam o gênero como ponto crucial para entender a opressão feminina, há autoras que se concentram mais na ideia de patriarcado como causa central, ainda que ambos os conceitos não sejam exclusivos¹³, ao contrário. Saffioti mostra que o conceito de gênero é muito mais amplo que o de patriarcado – como visto, o primeiro é anterior ao segundo, já que o patriarcado, que diz respeito especificamente à desigualdade entre os gêneros, como abordado a seguir, se articula ao sistema capitalista. Torna-se válido entender como o patriarcado funciona, visto que, segundo vários autores, ele é responsável pela manutenção dos estereótipos e das desigualdades de gênero, além de estar intrinsecamente vinculado às lógicas capitalistas e de consumo que tangenciam as produções culturais contemporâneas que alimentam o imaginário coletivo através das representações de gênero reproduzidas nas obras audiovisuais e midiáticas.

1.2.1 Patriarcado como sistema de dominação e exploração

Haraway (2004, p.228) usa a definição de patriarcado por Heidi Hartmann: “Um conjunto de relações sociais entre homens, que tem base material, e o qual, embora hierárquico, estabelece ou cria interdependência e solidariedade entre os homens que os capacita a dominar as mulheres”. Remetendo ao conceito weberiano de patriarcalismo¹⁴, Saffioti entende o patriarcado como uma estrutura social de dominação e exploração que sistematicamente beneficia o homem em detrimento da mulher. A autora ressalta, ainda, que o patriarcado serve a interesses de grupos e classes dominantes, e que sexismo e racismo são “irmãos gêmeos” (SAFFIOTI, 2004, p.124). Deste modo, o conceito está intimamente

¹³ Nesta pesquisa, entende-se que os conceitos são complementares. Saffioti defende o uso simultâneo dos conceitos de gênero e de patriarcado, já que um é mais genérico e o outro específico. Por surgirem depois, “as classes sociais são, desde sua gênese, um fenômeno gendrado” (2004, p.115).

¹⁴ O patriarcalismo de Weber define um tipo de dominação em espaços domésticos e comunitários, em que a tradição legítima e perpetua o senhor como a lei. Este conceito se refere a um período anterior ao advento do Estado e, conseqüentemente, do capitalismo – por isso, “patriarcado” é derivado da mesma ideia, mas usado de forma distinta para definir um sistema que perdura até hoje e que é específico das relações de gênero (SAFFIOTI, 2004, p.119).

relacionado ao sistema capitalista e, por esse motivo, dominação e exploração são consideradas faces da mesma moeda:

Não há, de um lado, a dominação patriarcal e, de outro, a exploração capitalista. Para começar, não existe um processo de dominação separado de outro de exploração. Por esta razão, usa-se, aqui e em outros textos, a expressão dominação-exploração ou exploração-dominação. Alternam-se os termos, para evitar a má interpretação da precedência de um processo e, por via de consequência, da sucessão do outro. De rigor, não há dois processos, mas duas faces de um mesmo processo. (SAFFIOTI, 2004, p.130).

Mais do que deixar as mulheres à margem quando se trata de representação política, exatamente como acontece nas empresas e em outros espaços de legitimação do poder, o Estado ainda é profundamente machista na concepção e na aplicação de leis, visto que a legislação vigente em muitas nações concebe as mulheres como indivíduos de segunda classe. De acordo com Saffioti, as relações patriarcais, sua hierarquia e sua estrutura de poder contaminam toda a sociedade, inclusive o Estado. As esferas públicas e privadas se mesclam, são inseparáveis para a compreensão do todo social. Portanto, o patriarcado é um sistema que abarca ambos. Abandonar o conceito seria esquecer a sujeição da mulher, minimizar o fato de que se trata de dominação masculina e, conseqüentemente, tornar natural esse sistema de dominação-exploração (SAFFIOTI, 2004, p.55).

Não se trata de uma relação privada, mas civil, que corporifica-se, é hierárquica, dá direitos sexuais aos homens sobre as mulheres e invade todos os espaços da sociedade. No ambiente doméstico, que reserva à mulher os serviços de cuidado da casa e das crianças e idosos; no mercado de trabalho, que confere diferentes salários, cargos e profissões conforme o gênero; no sistema político, ao qual mulheres custaram a ter acesso de diversas formas; na educação de crianças, que mantém os preceitos segregadores; nas representações, na ficção, na mídia, nos relacionamentos, nas ruas, na violência real, física ou simbólica etc., situações e ambientes que fazem parte do processo de construção do gênero e da manutenção do patriarcado. Como observa Saffioti, “nenhuma relação social se passa fora da estrutura. Todas elas obedecem às normas que estruturam a sociedade por inteiro” (2001, p.136).

É claro que houve diferenças de grau no domínio exercido pelos homens, variando conforme a época, o local e a cultura, mas a natureza do fenômeno permanece a mesma, com a legitimidade atribuída pela sua naturalização. “A base material do patriarcado não foi destruída, não obstante os avanços femininos” (SAFFIOTI, 2004, p.106). Apesar de estar intrinsecamente ligado ao capitalismo, para alguns autores, suas fundações já estariam sendo formadas pouco a pouco há muito mais tempo. Segundo a historiadora Gerda Lerner (apud

SAFFIOTI, 2004, p.106), “o processo de instauração do patriarcado teve início no ano 3.100 a.C. e só se consolidou no ano 600 a.C.. A forte resistência oposta pelas mulheres ao novo regime exigiu que os machos lutassem durante dois milênios e meio para chegar a sua consolidação”. Precisaremos de mais dois milênios para mudar esse quadro?

Há séculos as sociedades que estabelecem ligações entre si giram em torno de uma política de troca, que nem sempre se resumiu à negociação de interesses, ao escambo e à correspondência de objetos. Tanto Saffioti quanto Bourdieu lembram que ao longo da história da humanidade diferentes culturas se organizaram de forma que a subsistência de grupos e famílias dependesse do tráfico de pessoas. O casamento, por exemplo, foi uma maneira de constituir alianças, com vistas também a originar descendentes, em que a mulher era o meio de troca, uma propriedade de uma família encabeçada por um patriarca que a transformava em recurso a ser monetizado. Esta lógica do patriarcado existe até hoje, de modo semelhante em algumas culturas e de modos mais sutis em outras, mas ainda considerando o “corpo feminino, literalmente, um objeto que pode ser avaliado e intercambiado, circulando entre os homens ao mesmo título que uma moeda” (BOURDIEU, 2007, p.67).

Como as mulheres foram, nas sociedades mais simples, objeto de troca por parte dos homens (LÉVI-STRAUSS, 1976) e o são, embora disfarçadamente, nas sociedades complexas, a tarefa de estabelecer alianças ficou a cargo dos homens. As mulheres sempre foram os veículos das negociações (SAFFIOTI, 2016, p.392).

A dominação tem sua base em atribuições derivadas dos papéis que mulheres e homens desempenham na reprodução da espécie. Se os gêneros, como visto, estão associados a uma construção social para fins de categorização que engloba todos os indivíduos e só se perpetua por meio das relações sociais, não há gênero fundante, ambos são contingentes. No entanto, historicamente o gênero masculino tem sido visto como neutro, universal, como um ideal do que seria um ser humano “padrão”. Ao contrário do feminino, que é sempre explicitamente caracterizado, o masculino não precisa ser marcado – o que pode ser percebido nos exemplos mais triviais e cotidianos, como os itens de vestuário e os brinquedos infantis. “A força da ordem masculina se evidencia no fato de que ela dispensa justificação: a visão androcêntrica impõe-se como neutra e não tem necessidade de se enunciar em discursos que visem a legitimá-la” (BOURDIEU, 2007, p.22). O trabalho constante de diferenciação a que mulheres e homens são submetidos admite uma assimetria simbólica e ontologicamente desumanizante para a parte desfavorecida desta hierarquia. “Para Beauvoir, o ‘sujeito’, na analítica existencial da misoginia, é sempre já masculino, fundido com o universal,

diferenciando-se de um ‘Outro’ feminino que está fora das normas universalizantes que constituem a condição de pessoa” (BUTLER, 2015, p.34), um ser corporificado e condenado à imanência, enquanto o homem pode sempre transcender.

Por meio de seus dispositivos e sua própria naturalização, o patriarcado legitima uma “violência simbólica, violência suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento” (BOURDIEU, 2007, p.12), engendrando toda uma lógica de dominação que se transforma em práticas, conhecidas e reconhecidas subentendidamente por dominados e dominantes. Bourdieu (2007, p. 46) acrescenta que as estruturas de dominação “são produtos de um trabalho incessante (e, como tal, histórico) de reprodução, para o qual contribuem agentes específicos [...] e instituições, famílias, Igreja, Escola, Estado” – e aqui, hoje, caberia incluir também a mídia. As relações entre mídia e patriarcado serão mais aprofundadas em outros subitens desta primeira parte e, em especial, no último capítulo.

Supõe-se uma narrativa histórica que vê a sociedade e sua trajetória como neutras em termos de gênero, o que não é e nunca foi verdade. “A posição que emerge como dominante é, apesar de tudo, declarada a única possível. A história posterior é escrita como se essas posições normativas fossem o produto de um consenso social e não de um conflito” (SCOTT, 1995, p.21). Conflito porque nunca foi consensual e, embora haja todo um sistema que enfraquece a agência das mulheres, elas não aceitaram passivamente a dominação de que são vítimas, mesmo antes dos movimentos feministas do século XX.

Da mesma forma, ignora-se ou apaga-se a existência de sociedades de estrutura matriarcal ou que garantiriam à mulher posições de destaque e poder, e repete-se o discurso que associa o feminino à fragilidade e afirma o masculino sempre como mais forte e potente. “A divisão sexual do trabalho nas sociedades de caça e coleta não se explica pela maior força física do homem, pois há sociedades nas quais cabe às mulheres a caça da foca” (SAFFIOTI, 2004, p.60), por exemplo. Analisando esses casos, Saffioti inclusive descarta o argumento da força física e aponta a hipótese do aleitamento materno, já que o trabalho feminino de coleta era realizado com a mulher carregando seu bebê amarrado ao peito ou às costas para facilitar a amamentação – o que prejudicaria a caça, não só por expor a criança aos riscos como também devido à possibilidade de choro, ruído que poderia atrair predadores ou espantar os animais que serviriam de presa.

Há autoras que afirmam que a divisão entre mulheres e homens está a serviço do sistema capitalista para gerar mão-de-obra e que consideram que a política neoliberal de redução de salários que se seguiu à entrada da mulher no mercado de trabalho não foi apenas

uma infeliz coincidência para esta parcela da população. Confinadas a meras vidas biológicas, com a função da reprodução humana, as mulheres fazem o papel do “outro” do homem, agindo com liberdade situada e tendo sua existência negada como sujeitos ontológicos, morais, de direito. O único lugar que caberia à mulher seria o de reprodutora. Esta função reprodutiva a coloca em um local inferior hierarquicamente, pois a impede de executar outras ações e estar em outros lugares. Faz sentido uma reflexão sobre como são abordadas na mídia ou no senso comum, por exemplo, as situações em que a mulher recusa ou nega seu papel meramente biológico, como o aborto ou a homossexualidade.

As relações patriarcais estariam internamente relacionadas às relações de produção como um todo. Por este motivo, Haraway compreende que, se “o capitalismo e o patriarcado são um sistema único, chamado patriarcado capitalista, então a luta contra a opressão de classe e de gênero deve ser unificada” (HARAWAY, 2004, p.229). Por isso, justifica-se a necessidade de entender como esse sistema se beneficia da venda das imagens femininas que circulam nos meios de comunicação de massa e são consumidas despreziosamente pelos mais variados públicos, tal qual trataremos nesta pesquisa. Em geral, são os homens os detentores do monopólio dos instrumentos de produção e de reprodução do capital simbólico advindo da exploração e da submissão de mulheres; logo, a eles interessa assegurar a conservação e até mesmo o aumento deste capital (BOURDIEU, 2007).

É previsível que a exploração ocorra imbricada àquilo que se configurou como a base sobre a qual se instaurou a distinção entre os gêneros: o sexo, ou o corpo. A sujeição das mulheres se realiza na reificação sexual. Para Catherine MacKinnon (apud HARAWAY, 2004, p.232), “[...] assim como a expropriação organizada do trabalho de alguns para o benefício de outros define uma classe – a dos trabalhadores – a expropriação organizada da sexualidade de alguns para o uso de outros define o sexo”. A sexualidade, portanto, seria para o feminismo o que o trabalho é para o marxismo: o que nos pertence mais e, no entanto, nos é mais alienado.

Swain (2014) pensa a funcionalidade do patriarcado como um dispositivo, no sentido foucaultiano, para entender melhor seu alcance material e simbólico. Também é possível pensá-lo como um conjunto de dispositivos, orientados no sentido de transmissão dos poderes e dos privilégios herdados, como sugere Bourdieu (2007). Segundo Swain (2014, p.38), “a diferença sexual é instituída como evidência na correlação de forças sociais e é pedra fundamental na instalação representacional e na criação material do patriarcado e seu imaginário”. A instituição binária e assimétrica da sociedade se dá pelo sistema que ao mesmo tempo explora, domina e convence. “Em sua vertente discursiva, que o instala no fundo dos

tempos, o patriarcado universal seria o suposto ordenador do desenvolvimento social, ancorado como tal no imaginário social”, diz Swain. “Na análise, porém, o que se descortina é todo um conjunto histórico de regras, discursos, proposições, invenções, efetivadas pela violência da lei ou dos costumes, cuja única validade é sua própria afirmação e sua imposição arbitrária” (SWAIN, 2014, p.39). Por isso, a ideia de patriarcado como sistema único, natural, inevitável e universal, constitui um dispositivo de controle e de poder com efeitos devastadores.

Assim como Scott, Lauretis (1994, p.225) entende o poder de forma foucaultiana, não unificado, coerente e centralizado, mas “como produtor de significados, valores, conhecimentos e práticas, e, intrinsecamente, nem positivo nem negativo”. No entanto, ressalta que é fundamental fazer distinção entre os efeitos positivos e os opressivos de uma reprodução (1994, p.228). Saffioti faz a mesma ressalva: “O que precisa ficar patente é que o poder pode ser democraticamente partilhado, gerando liberdade, como também exercido discricionariamente, criando desigualdades” (SAFFIOTI, 2004, p.113). O poder exercido pelo patriarcado sobre as mulheres, em alguns casos, pode dar a impressão ilusória de um caráter protetor destas, quando o que acontece é uma tentativa de sequestro de sua autonomia, voz e, conseqüentemente, poder. “Rubin via a divisão sexual do trabalho e a construção psicológica do desejo [...] como fundamentos de um sistema de produção dos seres humanos que atribuía aos homens direitos sobre as mulheres que elas próprias não tinham sobre si mesmas” (HARAWAY, 2004, p.223).

Vale frisar que no caso das mulheres negras tudo fica ainda mais atroz e evidente. Segundo Haraway (2004, p.240), as negras “foram simultaneamente constituídas, racial e sexualmente – como fêmea marcada (animal, sexualizada, e sem direitos), mas não como mulher (humana, esposa potencial, conduto para o nome do pai) – numa instituição específica, a escravidão”, onde a dominação e a exploração se faziam duplamente presentes para elas. Se incluirmos aí, além da questão racial, o recorte de classe ou até mesmo faixa etária (idosas sofrem na pele o efeito da opressão patriarcal de forma diferente das mais jovens), vemos o que feministas interseccionais chamam de tripla ou quádrupla opressão¹⁵.

Economicamente, o patriarcado se fundamenta na diferença salarial (trabalhadoras ganham menos que homens, o que até hoje é comprovado em pesquisas feitas em diversos países), na segregação ocupacional que ainda persiste, no menor acesso das mulheres a cargos de destaque e prestígio e a papéis político-deliberativos, e no controle da sexualidade e da

¹⁵ Trataremos da interseccionalidade mais à frente.

capacidade reprodutiva feminina (SAFFIOTI, 2004, p.106). O trabalho reprodutivo é central para o capitalismo, e não só por replicar a mão-de-obra, mas por garantir que o trabalhador tenha condições físicas e psicológicas de exercer sua ocupação. Enquanto ele trabalha, suas mulheres podem manter suas casas limpas, seus filhos (que depois de crescidos também participarão ativamente de toda essa engrenagem social) nutridos, e oferecer alimento e conforto quando chegar exausto do batente.

Como oprimidas, as mulheres têm seu campo de opções reduzido, por serem objeto de um processo de dominação-exploração. Como patriarcado e capitalismo não estão dissociados, não haveria solução para a contradição entre as demandas de mulheres e homens dentro desse sistema. “Não há, pois, possibilidade de se considerarem os interesses das duas categorias como apenas conflitantes. São, com efeito, contraditórios. Não basta ampliar o campo de atuação das mulheres”, acredita Saffioti (2004, p.107). No entanto, “a mobilidade pelas distintas matrizes de gênero” permitiria “a ressignificação das relações de poder” (SAFFIOTI, 2001, p.125), uma transformação potencialmente eficaz contra as desigualdades opressoras alimentadas pelos estereótipos de gênero.

1.2.2 Construção, ensino e aprendizado precoce do papel de gênero

Guacira Lopes Louro (1999) entende que há papéis de gênero que são totalmente construídos, desempenhados por mulheres e homens, a partir de padrões e regras arbitrárias estabelecidas socialmente que definem os modos de se comportar, se relacionar, se vestir etc. “Através do aprendizado de papéis, cada um deveria conhecer o que é considerado adequado (e inadequado) para um homem ou para uma mulher numa determinada sociedade e responder a essas expectativas” (LOURO, 1999, p.24). O aprendizado é feito baseado em modelos a serem seguidos, mas também por meio da rejeição e da repressão de outras possibilidades alternativas (SCOTT, 1995, p.21).

Segundo Scott, os “pós-estruturalistas sublinham o papel central da linguagem na comunicação, interpretação e representação de gênero” (SCOTT, 1995, p.14). A criança vê, ouve e se relaciona com outras pessoas, estando, assim, exposta a sistemas de significado, ordens simbólicas que alicerçarão seu desenvolvimento como sujeito inserido na sociedade. Como exposto, nenhum dos papéis é natural, ainda que sejam atribuídos antes mesmo do nascimento. Esta classificação quase automática, herdada da tradição e praticada pelos

próprios indivíduos que se submetem a ela, é o que preconiza, por exemplo, um recém-nascido ser imediatamente vestido com roupas azuis, se for registrado como menino, ou cor-de-rosa, se registrado como menina, e a partir disso ter que crescer atendendo a toda uma sorte de expectativas de caráter comportamental relacionadas ao gênero que lhe foi conferido, sem possibilidade de mudanças indolores ou pacíficas.

As características físicas e morais, as qualidades atribuídas ao sexo, dependem das escolhas culturais e sociais e não de um gráfico natural que fixaria ao homem e à mulher um destino biológico. A condição do homem e da mulher não se inscreve em seu estado corporal, ela é construída socialmente. Como escrevia S. de Beauvoir, “não se nasce mulher, torna-se mulher” (LE BRETON, 2007, p.66).

Le Breton acrescenta que as crianças são educadas conforme uma “predestinação social que, de antemão, lhes impõe um sistema de atitudes que corresponde aos estereótipos sociais” (LE BRETON, 2007, p.67). Esta educação é oferecida pelos pais, retomada pela escola e reforçada por jogos, e programas televisivos infantis, que sempre inspiram brinquedos que serão vendidos para estas crianças e brincadeiras que serão inventadas por elas na ausência da televisão. É uma espécie de preparação que resultará em futuras cobranças e expectativas:

A configuração distintiva dos sexos prepara [...] o homem e a mulher para um papel futuro dependente dos estereótipos do feminino e do masculino. [...] A interpretação que o social faz da diferença dos sexos orienta as maneiras de criar e educar a criança segundo o papel estereotipado que dela se espera (LE BRETON, 2007, p. 67).

Desde os primeiros anos de idade, é comum as meninas serem ensinadas a se sentar com as pernas juntas ou cruzadas, a andar eretas e contraindo a barriga, a ficar mais quietas que os meninos, a falar mais baixo e sem usar palavras ofensivas, e estimuladas a não participar de brincadeiras como subir em árvores e lutar. Na adolescência, se vêem as diferenças entre a valorização da relação sexual para a mulher e para o homem. Embora muito tenha mudado nas sociedades ocidentais contemporâneas, a virgindade feminina ainda carrega uma aura cingida pelo tabu, ou ao menos é tratada como algo mais especial para a menina do que para o menino, como sinônimo de honra, assim como a fidelidade (BOURDIEU, 2007).

Para as sociedades patriarcais, portanto, a mulher precisa ser tolhida desde cedo. “Todo o trabalho de socialização tende, por conseguinte, a impor-lhe limites” (BOURDIEU, 2007, p.45). Enquanto os meninos gozam sua liberdade, as meninas estão sempre, de algum jeito, sendo cerceadas, podadas, limitadas, expressa e simbolicamente. Como afirma

Bourdieu, mesmo o ambiente educacional oferece um acesso ao conhecimento e à liberdade de expressão de maneira desigual a meninas e meninos, manifestado, por exemplo, numa dedicação maior a eles e no número maior de interrupções quando elas estão falando – situação esta que é comumente relatada até na fase adulta. “As crianças são objeto de expectativas coletivas muito diferentes segundo seu sexo e que, em situação escolar, os meninos são objeto de um tratamento privilegiado” (BOURDIEU, 2007, p.83).

Na inteligibilidade e imperativa coerência dos gêneros, mulheres devem performar feminilidade, conjunto de comportamentos e atributos reiterados no cotidiano incansavelmente. “Tal feminilidade é puramente uma representação, um posicionamento dentro do modelo fálico de desejo e significação; não se trata de uma qualidade ou de uma propriedade da mulher” (LAURETIS, 1994, p.230), mas é encenada e legitimada como se fosse. Abarca elementos que vão desde o treinamento de atitudes, costumes e modos de pensar e sentir aos cuidados com a aparência física. As mulheres “existem primeiro pelo, e para, o olhar dos outros, ou seja, enquanto objetos receptivos, atraentes, disponíveis. Delas se espera que sejam ‘femininas’, isto é, sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, discretas, contidas ou até mesmo apagadas” (BOURDIEU, 2007, p.94). Este apagamento inclui a falta de vocação para diversas atividades e uma “agorafobia socialmente imposta”, algo “que conduz as próprias mulheres a se excluírem da ágora” (BOURDIEU, 2007, p.62), do espaço público, do protagonismo, das posições de destaque que não sejam meramente decorativas e das situações de tomada de decisão.

Na história ocidental, o gênero feminino costuma ser relacionado à sedução, à beleza e ao amor romântico – não à toa o ícone de feminilidade na mitologia greco-romana era a deusa Afrodite, ou Vênus, representação que incorporava tais características. É incutido nessa feminilidade “o desejo de atrair a atenção e de agradar, designado por vezes como coqueteria”, bem como “a propensão a esperar muito do amor, o único capaz, como diz Sartre, de fazer alguém sentir-se justificado nas particularidades mais contingentes de seu ser, e antes de tudo de seu corpo” (BOURDIEU, 2007, p.94).

Se as mulheres se mostram particularmente inclinadas ao amor romântico ou romanesco, é, sem dúvida, por um lado, porque elas têm nele particular interesse: além do fato de prometer liberá-las da dominação masculina, ele lhes oferece, tanto em sua forma mais comum, como o casamento, pelo qual, nas sociedades masculinas, elas circulam em todos os lugares, como em suas formas extraordinárias, uma via, às vezes a única, de ascensão social (BOURDIEU, 2007, p.94).

Até hoje, “o amor romântico é um elemento integrador na construção da representação feminina” (OLIVEIRA, 2007, p.67). Ao feminino é atribuído o lado emocional, enquanto a razão seria essencialmente masculina. Por causa da maternidade, as mulheres são associadas ao cuidado, ao zelo, mesmo que não possam ou não escolham ter filhos ou optem por não cuidar deles. Automaticamente, são relacionadas também ao ambiente doméstico e ao casamento, visto inclusive como forma de ascensão, mas também anexo à ideia de amor romântico que é tão apregoada.

No imaginário coletivo, a tentativa de conquista do amor traz em si o sofrimento, que está igualmente presente na busca pela beleza, já que seus rituais geralmente envolvem sacrifícios e dor – a depilação, a manicure, o alisamento de cabelos, as intervenções e cirurgias plásticas, os exercícios físicos extenuantes, as roupas e os sapatos desconfortáveis etc. O mito da beleza é uma das formas de controle sobre a mulher¹⁶. Cria-se a necessidade feminina de seduzir e conquistar o homem, e para isso é preciso ser bela, ao passo que a feiúra se associa à solidão e à maldade.

As mulheres se submetem a formas codificadas de tortura, como os saltos altíssimos, que deformam a coluna e o andar, ou os regimes draconianos, cuja expressão máxima é a anorexia, passando pelos gastos exponenciais com a moda em nome da beleza; isto é também o assujeitamento à ordem do desejo masculino, do poder patriarcal. Beleza, feiúra são apenas parte de seu aparato para melhor controlar os corpos das mulheres (SWAIN, 2014, p.41-42).

O feminino é um elemento não denegado que não se admite que exista ou se mostre onde não deveria – ou seja, nos homens ou nos ambientes reservados a eles. Isso explicaria em parte a violência contra gays e travestis, que muitas vezes é apenas uma forma de violência ao feminino, e contra lésbicas, que são aquelas que recusam o único lugar que caberia à mulher na sociedade: o de reprodutora. A própria heterossexualidade é “construída e constituída socialmente como padrão universal de toda prática sexual ‘normal’”, como sinaliza Bourdieu. É o autor que diz que a “oposição entre homossexuais e heterossexuais é algo muito recente e que foi sem dúvida só depois da Segunda Guerra Mundial que a heterossexualidade ou a homossexualidade se impôs como escolha exclusiva” (BOURDIEU, 2007, p.119). As relações entre sexos “opostos” são naturalizadas e incentivadas de todas as formas com fins de procriação, o que reduz as mulheres a meros corpos biológicos e reprodutores, a serviço da humanidade, e mantém os homens como detentores de acesso

¹⁶ “Naomi Wolf (1992, p. 12) denominou de mito da beleza a supervalorização da beleza feminina ocorrida depois da Revolução Industrial” (OLIVEIRA, 2007, p. 64).

irrestrito aos corpos e ao trabalho femininos. Lembrando que o padrão é masculino, portanto a mulher está no lugar do diferente, do oposto, do outro, que não escapa à hierarquia intrínseca das dicotomias: é sempre o dominado.

“A heterossexualidade obrigatória é, portanto, central na opressão das mulheres” (HARAWAY, 2004, p.224). Não apenas Haraway, mas demais autoras de peso na crítica feminista (Gayle Rubin, Monique Wittig, Adrienne Rich, para mencionar outras que não serão diretamente citadas nesta pesquisa), observam que a heterossexualidade compulsória está na raiz de toda a dominação masculina. Segundo Butler (2015) é também ela que regula o gênero na estrutura binária (masculino/feminino). Afinal, se o gênero é algo socialmente construído, por que ainda é necessariamente binário e heteronormativo? Se as normas de gênero dependem do “tornar-se”, ele pode ser construído de diversas formas, ou mesmo desconstruído, pois está em aberto – é processo, devir.

1.3 Da performance ao estereótipo, um caminho a se evidenciar

Se não se nasce mulher, como se dá esse “tornar-se” na prática? Certamente não de forma espontânea, mas por meio da identificação, da aprendizagem e do treinamento diário, em ações que nunca estão isoladas nem descoladas dos processos socioculturais que marcam a diferenciação entre mulheres e homens. Tais ações transformam ao mesmo tempo em que estão inscritas em corpos, emoções, pensamentos, identidades.

O trabalho de construção simbólica não se reduz a uma operação estritamente performativa de nominação que oriente e estructure as representações, a começar pelas representações do corpo [...]; ele se completa e se realiza em uma transformação profunda e duradoura dos corpos (e dos cérebros), isto é, em um trabalho e por um trabalho de construção prática, que impõe uma definição diferencial dos usos legítimos dos corpos, sobretudo os sexuais, e tende a excluir do universo do pensável e do factível tudo que caracteriza pertencer ao outro gênero [...] para produzir este artefato social que é um homem viril ou uma mulher feminina (BOURDIEU, 2007, p. 33).

Lauretis alinha o conceito de gênero à ideologia e à questão da identidade – como um indivíduo passa a interpretar um papel feminino ou masculino para estar inserido no jogo social e se socializar de acordo com seu gênero. Como a identidade “é definida historicamente e não biologicamente” (HALL, 2003, p.13), o mesmo acontece especificamente com a identidade de gênero, que se cria por meio da alteridade, da observação e da representação, e

também pelo reconhecimento (e posterior negação) da diferença, que é a outra face da identidade (SAFFIOTI, 2016, p. 386): eu sou isto porque não sou aquilo. Nesse sentido, a identidade seria um ideal normativo e não uma característica descritiva da experiência. “Não há identidade de gênero por trás das expressões de gênero; essa identidade é performativamente constituída, pelas próprias ‘expressões’ tidas como seus resultados” (BUTLER, 2015, p. 56). No entanto, ela é crucial para o sujeito moderno ocidental como ponto de validação de sua existência no mundo como tal e necessita de coerência interna, por mais que se entenda hoje que a identidade não é e não pode ser fixa. Tirar do indivíduo algo que ele acredita ser tão pertencente à sua existência, algo que o define (você é mulher ou é homem, uma das primeiras afirmações feitas e exigidas em qualquer tipo de questionário) causaria, no mínimo, um desequilíbrio, um abalo na sua própria concepção do que o torna essencialmente um sujeito.

Haraway acrescenta que “qualquer sujeito inteiramente coerente é uma fantasia, e que a identidade pessoal e coletiva é precária e constantemente socialmente reconstruída” (2004, p.245). Para Butler, gênero e sexualidade não são inerentes às pessoas, como qualidades essenciais, mas se constituem performativamente, sendo efetivados por ações discursivas que compõem as chamadas identidades de gênero. Os atos performativos são o “núcleo interno e organizador do gênero, ilusão mantida discursivamente com o propósito de regular a sexualidade nos termos da estrutura obrigatória da heterossexualidade reprodutora” (BUTLER, 2015, p. 195). A manutenção da ordem que constrói, padroniza e mantém os papéis de gênero é dada pela repetição desses atos, discursos e signos performados pelos corpos femininos e masculinos diariamente. A norma não existe sem repetição, gerada pelo assujeitamento, neste caso, das mulheres.

Por isso, transexuais, travestis e *drag queens* significariam uma subversão da ordem estabelecida, tipos de performatividade (BUTLER, 2015) que abalam a coerência compulsória entre sexo e gênero – um movimento de transgressão que é base da Teoria Queer. Nas *drags*, percebemos que todo estereótipo feminino é exacerbado, ultrapassa a norma. Estamos o tempo todo parodiando um gênero “ideal”, essa construção tão reforçada que acreditamos ser natural. “Mulher” e “homem” constituem categorias ao mesmo tempo vazias e transbordantes: “vazias porque elas não têm nenhum significado definitivo e transcendente; transbordantes porque mesmo quando parecem fixadas, elas contém ainda dentro delas definições alternativas negadas ou reprimidas” (SCOTT, 1995, p.28). Performar deveria ser uma forma de vivência do corpo, livre de imposições, cobranças e estereótipos. No entanto, não é o que acontece. O sentido de performatividade não significa que haja liberdade de escolha; ao

contrário, ela não se dá individualmente, mas por meio da subordinação às normas instituídas socialmente.

Conforme exposto, há um esforço de longo prazo, sutil e minucioso de construção simbólica e discursiva da categorização dos indivíduos, e conseqüentemente naturalização dessa categorização, que adapta os corpos e os comportamentos sociais à visão de mundo dominante – neste caso, androcêntrica. A divisão sexual é dada como “realidade natural não ultrapassável” (MAFFESOLI, 1996, p.321), o que leva à estigmatização, ao peso do estereótipo.

O estereótipo é nocivo porque suscita preconceitos e discriminação, ao generalizar e reduzir determinado grupo a algumas características supostamente “ínatas” ou “inalteráveis”, além de geralmente ser construído por quem não faz parte desse grupo (DYER, 2006). A base cognitiva do preconceito se ancora justamente “nos estereótipos, conjunto de crenças – corretas ou não – que atribuímos a indivíduos ou a grupos [...]. No caso dos papéis de gênero, por exemplo, isto pode conduzir a erros de julgamento no que diz respeito à manutenção de desigualdades entre homens e mulheres” (JABLONSKI, 2010, p.162). Mais uma vez, o resultado é uma normatização pretendida que se alinha aos valores e às intenções de quem está inserido nos grupos dominantes e sua conseqüente hegemonia, que vai sendo estabelecida e restabelecida enquanto não for ameaçada de forma efetiva.

The establishment of normalcy through social and stereotypes is one aspect of the habit of ruling groups – a habit of such enormous political consequences that we tend to think of it as far more premeditated than it actually is – to attempt to fashion the whole of society according to their own world-view, value-system, sensibility and ideology. So right is this world-view for the ruling groups, that they make it appear (as it does to them) as “natural” and “inevitable” – and for everyone – and, in so far as they succeed, they establish their hegemony¹⁷ (DYER, 2006, p. 356).

Muitos estereótipos femininos veiculados em mídias de massa reforçam a mulher como menos racional, menos inteligente, pejorativamente mais emotiva, superficial/fútil, interesseira ou objeto sexual. No caso das negras (HARAWAY, 2004; DUBROFSKY, 2011), ainda mais severo, o preconceito de gênero se alia ao racismo – invisibilizadas na indústria cultural, elas só têm a possibilidade de se identificar com estereótipos que reforçam a hipersexualização, mais violenta para elas, ou uma posição de subalternidade, herdada de

¹⁷ O trecho correspondente na tradução é: “O estabelecimento da normalidade através de estereótipos sociais é um aspecto do hábito dos grupos dominantes – um hábito de tão grandes conseqüências políticas que tendemos a pensar nisso como muito mais premeditado do que realmente é – para tentar moldar toda a sociedade de acordo com sua própria visão de mundo, sistema de valores, sensibilidade e ideologia. Tão certa é esta visão de mundo para os grupos governantes, que eles fazem parecer (como é para eles) como ‘naturais’ e ‘inevitáveis’ – e para todos – e, na medida em que conseguem, estabelecem sua hegemonia”.

colonizações escravocratas, ou uma imagem que remete à mulher selvagem, indomável, descontrolada.

Outro exemplo se ilustra na ideia de que a administração física da casa e o cuidado com as crianças são “coisas de mulher”, que se faz presente até nas histórias de super-heroínas¹⁸, como veremos à frente. De acordo com Bourdieu (2007, p.84), “já foi inúmeras vezes observado que, na publicidade ou nos desenhos humorísticos, as mulheres estão, na maior parte do tempo, inseridas no espaço doméstico”. Relegadas a funções subordinadas, de assistentes dos homens mesmo fora do ambiente da casa, as mulheres continuam sendo aproximadas a tarefas e carreiras que “se situam no prolongamento das funções domésticas: ensino, cuidados, serviço” (BOURDIEU, 2007, p.131). Assim como as mulheres estariam relacionadas à natureza enquanto os homens estariam à cultura, elas se limitariam ao espaço doméstico, ao passo que os homens habitam o espaço público, onde está investido o poder (HARAWAY, 2004, p.236).

O trabalho doméstico não apenas foi imposto, mas foi transformado em um atributo natural da mente e personalidade femininas, uma necessidade interna, uma aspiração, como diz Silvia Federici. “Aun así, lo poco natural que es ser ama de casa se demuestra mediante el hecho de que requiere al menos veinte años de socialización y entrenamiento día a día, dirigido por una madre no remunerada, preparar a una mujer para este rol”¹⁹ (FEDERICI, 2012, p.37). Para a autora, mudanças reais dependem de um ataque a esse “papel feminino” nas suas raízes, este “tornar-se mulher” que é um processo cultural tratado como normal.

1.4 Panorama do gênero para o feminismo ao longo das últimas décadas

Embora não sejam tratadas como sujeitos ontológicos e de direitos, as mulheres atuam como sujeitos, “seja ratificando o ordenamento social machista, seja solapando-o. As mulheres também fazem, portanto, a história. Parafraseando Marx, não a fazem, contudo, em condições por elas idealizadas, mas em circunstâncias dadas e herdadas do passado”

¹⁸ Estas personagens muitas vezes se sujeitam a uma tripla jornada: trabalham ou estudam, para manter suas identidades secretas; combatem vilões, tal e qual se espera dos super-heróis em suas missões, e ainda se dedicam aos afazeres de casa, o que não é raro de assistir nas séries, desenhos e filmes.

¹⁹ O trecho correspondente na tradução é: “Ainda assim, o quanto não é natural ser uma dona de casa se demonstra pelo fato de que se requer pelo menos vinte anos de socialização e treinamento dia após dia, orientado por uma mãe não remunerada, para preparar uma mulher para este papel”.

(SAFFIOTI, 2016, p.392). Há um grande legado marxista no feminismo, ainda que o marxismo não tivesse levantado questões de gênero efetivamente. Para Oliveira (2007, p.28), a tensão das forças do poder, na naturalização de papéis femininos e masculinos, encontra na teoria feminista seu lugar de resistência.

O surgimento das questões acerca do gênero, na década de 1970, coincidiu com o que muitas autoras denominam a “segunda onda” do movimento feminista. Como visto, o conceito foi (e ainda é) usado pelas feministas “para reivindicar certo campo de definição, para insistir sobre o caráter inadequado das teorias existentes em explicar desigualdades persistentes entre mulheres e homens” (SCOTT, 1995, p.19). Foi também a partir dos anos 70 que o feminismo foi ganhando espaço no campo dos Estudos Culturais, ainda que de maneira tímida no início. Os trabalhos com foco na mídia e, principalmente, na recepção de seus produtos abarcaram as questões de gênero, em especial devido à contribuição de pesquisadoras feministas. Stuart Hall (2003) já falava do caráter de ruptura, intervenção e transformação do feminismo nos Estudos Culturais. Mas foi só mais tarde que os estudos de mídia feministas passaram a ter mais força, até mesmo por conta da falta de legitimidade de temas como TV, imprensa e outros meios de comunicação enquanto objetos de estudos científicos até aquele momento.

No final dos anos 80, o movimento feminista passa a discutir o limite da categoria mulher – haveria uma mulher universal? As pautas se multiplicam, porque mesmo dentro de uma causa estão contidas várias realidades. A unicidade do ser mulher é questionada. A mulher negra tem vivências, problemas e demandas que não afetam diretamente a mulher branca, por exemplo, e o mesmo se repete quando lembramos as diferenças entre classes socioeconômicas, países, faixas etárias, as lésbicas, as transexuais, as indígenas, as surdas, as mulheres com deficiência. Por isso, faz mais sentido substituímos “a mulher” por “mulheres”, no plural. “A ‘mulher’ existe apenas como esta espécie de ser imaginário²⁰, enquanto as mulheres são produtos de uma relação social de apropriação, naturalizada como sexo. Uma feminista é alguém que luta pelas mulheres enquanto classe e pela desaparecimento de tal classe” (HARAWAY, 2004, p.225).

Divididas entre adotar ou questionar a utilidade do conceito de gênero, como visto, algumas feministas passaram também a tratar o corpo como lugar de resistência às dominações históricas. Haraway vê como prejudicial o foco na distinção entre sexo/natureza e gênero/cultura, como se “natureza” ou “corpo feminino” fossem “o centro saudável da

²⁰ Como relatado por Haraway (2004, p.240), “MacKinnon definiu a mulher como uma figura imaginária, objeto de desejo do outro, tornada real”.

realidade, distinguível das imposições sociais do patriarcado, do imperialismo, do capitalismo, do racismo, da história, da linguagem” (HARAWAY, 2004, p.218-219).

O movimento dessa época, ou dessa “segunda onda”, foi eficaz em criticar as injustiças de gênero e o androcentrismo nas dimensões econômica, cultural e política de forma conjugada. Segundo Nancy Fraser (2009, p.18-19), ainda que houvesse pontos de vista divergentes em alguns temas, “a maior parte das feministas da segunda onda – com a exceção notável das feministas liberais – concordou que superar a subordinação das mulheres requeria transformar radicalmente as estruturas profundas da totalidade social”. Naquele momento, começou a se disseminar uma corrente de pensamento denominada interseccional, que entendia que “as lutas contra injustiças de gênero estavam necessariamente ligadas a lutas contra o racismo, o imperialismo, a homofobia e a dominação de classes” (2009, p.22), assim como explica Fraser:

Focando não apenas no gênero, mas também na classe, na raça, na sexualidade e na nacionalidade, elas foram precursoras de uma alternativa “interseccionista” que é amplamente aceita hoje. Finalmente, as feministas da segunda onda ampliaram o campo de ação da justiça para incluir assuntos anteriormente privados como sexualidade, serviço doméstico, reprodução e violência contra mulheres. Fazendo assim, elas ampliaram efetivamente o conceito de injustiça para abranger não apenas as desigualdades econômicas, mas também as hierarquias de status e assimetrias do poder político (FRASER, 2009, p.18).

O avanço das pautas não foi tão linear e constante ou ascendente quanto pode parecer. De tempos em tempos o feminismo sofreu reações de grupos conservadores e da própria sociedade como um todo, numa dinâmica de causa e consequência cíclica. Esse espírito reacionário, também chamado de *backlash*, teve seu auge na metade do século XX (OLIVEIRA, 2007, p.34), com o aumento de pressões moralistas e até corte de direitos em países considerados “desenvolvidos”. No entanto, conforme os movimentos feministas também reagiam contra a defesa dos valores patriarcais, os ataques de conservadores se renovavam. Hoje, podemos dizer que paira um clima de *backlash* em grande parte das culturas que dialogam entre si na contemporaneidade. A “crítica do politicamente correto” (BOURDIEU, 2007, p.124), o “neomachismo” e o questionamento dos direitos humanos representam uma ameaça às mulheres em variadas escalas.

Para muitas feministas contemporâneas, não faz mais sentido levantar a bandeira única da igualdade, já que isso recolocaria os homens num local de poder, como padrão a ser alcançado. É necessário, entretanto, “reconstruir as mulheres fora das relações de reificação (como presente, mercadoria, objeto de desejo) e apropriação (de bebês, sexo, serviços)”

(HARAWAY, 2004, p.226). De acordo com Saffioti, o problema não é a diferença, mas sua hierarquização. Segundo ela, “as utopias da igualdade chegaram a um gigantesco fracasso porque, entre outras razões, não admitiam diferenças” (SAFFIOTI, 2016, p.390). Portanto, “uma utopia mais modesta e [...] talvez mais exequível”, no lugar na androginia como subversão, por exemplo, consistiria “em uma sociedade com gênero, portanto, com diferenciação entre homens e mulheres, mas sem hierarquias nesse eixo de estruturação social” (SAFFIOTI, 2016, p.390).

Crítica das categorias analíticas e identitárias que levam à univocidade, Judith Butler questiona a ideia essencialista de “indivíduo” da modernidade, que não é universal, mas datada e localizada. Para ela, o feminismo precisa incluir outros grupos (transsexuais, feministas negras etc) e não se concentrar só no “sujeito mulher” para prosperar. As políticas de inclusão são insuficientes, pois não rompem com as hierarquias, que se mantêm mesmo quando os corpos marcados – as mulheres, os gays, os travestis – são incluídos.

Muitas feministas resistem a propostas como a de Butler por medo de perder um conceito de atuação para as mulheres, já que o conceito de sujeito murcha sob o ataque às identidades centradas e às ficções que as constituem. [...] O conceito de um eu interior coerente adquirido (culturalmente) ou inato (biológico) é uma ficção reguladora desnecessária – de fato, inibidora – aos projetos feministas de produzir e afirmar atuação e responsabilidade complexas (HARAWAY, 2004, p.219-220).

Em contraponto, Lauretis, entende que a construção do gênero também se faz por meio de sua desconstrução, e mostra preocupação quanto às intenções de propostas desconstrutivistas: “Se a desconstrução do gênero inevitavelmente causa a (re)construção, a pergunta é, em que termos e no interesse de quem está sendo feita essa des-reconstrução?” (LAURETIS, 1994, p.236).

1.5 Corpo: construção social, meio de comunicação e locus das emoções

A fim de analisar como as mulheres são representadas nas imagens, cabe entender a relação entre gênero e corpo, como o primeiro se inscreve no segundo, marcando-o de diversas formas e tornando-se um elemento identitário basilar que se torna visível por meio do corpo. Cada pessoa se expressa com seu corpo e interage fazendo uso dele, como um aparelho codificador e decodificador de mensagens. Seria, portanto, um meio de comunicação. “Poder-

se-ia dizer, em termos quase de física natural e social, que o corpo engendra comunicação, porque está presente, ocupa espaço, é visto, favorece o tátil” (MAFFESOLI, 1996, p.133-134). Segundo o autor, “a corporeidade é o ambiente geral no qual os corpos se situam uns em relação aos outros”, referindo-se aqui a todos os tipos de corpos, incluindo instituições e grupos, metafóricos ou não. Haveria uma correlação entre o corpo humano e o corpo social, de modo que o primeiro simboliza o segundo. “O corpo metaforiza o social e o social metaforiza o corpo” (LE BRETON, 2007, p.70). Funcionando como metáfora da cultura e sendo também um agente desta, o corpo é, ainda, um lugar prático direto de controle social (BORDO, 1997, p.19).

Também para David Le Breton (2007), o corpo não é apenas um organismo vital, matéria biológica que sustenta a existência humana e lhe dá forma, mas possui funções sociais na medida em que é decodificado pelos sentidos dos demais, posto para a interação. O autor entende a corporeidade humana como um fenômeno social e cultural que é objeto de representações e imaginários. “Emissor ou receptor, o corpo produz sentidos continuamente e assim insere o homem, de forma ativa, no interior de dado espaço social e cultural” (LE BRETON, 2007, p.8). Para a sociologia, funcionaria como um mito, na medida em que cristaliza o imaginário social (2007, p.33). Os corpos humanos são, ao mesmo tempo, lugares de investimento e princípios de eficácia da ordem social. Como construção simbólica, o corpo é sempre político e nele se manifestam as desigualdades sociais e de gênero.

Há, em nossa sociedade, um “jogo da aparência, onde o corpo se exhibe em uma teatralidade contínua e onipresente” (MAFFESOLI, 1996, p. 13). O corpo é construído para ser visto, teatralizado ao mais alto grau, e esta teatralidade exacerba-se de várias maneiras, numa lógica relacional, que leva sempre em conta a alteridade, a coletividade, a socialização. A partir disso, nos identificamos com grupos, ideias e o que mais resgatarmos como ícones no imaginário.

1.5.1 Técnicas corporais, movimentos repetidos e emoções aprendidas

De acordo com Mauss (2003, p.407), “o corpo humano é o primeiro e o mais natural instrumento do homem” e todos os modos de agir são técnicas do corpo²¹. O jeito considerado “normal” de andar, de correr, de se sentar, de falar, os trejeitos e maneirismos – tudo nos é

²¹ Marcel Mauss (2003, p.401) usa o termo “técnicas do corpo” e o define como “as maneiras pelas quais os homens, de sociedade a sociedade, de uma forma tradicional, sabem servir-se de seu corpo”.

ensinado, mesmo que não de maneira formal ou instrutiva. Assim como já debatido entre autores que se enveredaram nos estudos de gênero, perpassado pela cultura, “o corpo, que se pode pensar natural, homogêneo e universal é, em todo e qualquer aspecto, o resultado de uma classificação social e simbólica [...]. De fato, o corpo não é ‘natural’” (SIQUEIRA, 2015, p.30).

Tudo em nós seria “imposto” (MAUSS, 2003, p.408): existe uma construção cultural do corpo, que varia conforme o contexto social e histórico. Determinados comportamentos e atributos corporais são mais valorizados ou aceitos do que outros e esses padrões são entendidos e repetidos pelos indivíduos por meio de uma “imitação prestigiosa” (2003, p. 405) para que não sejam rejeitados pelo grupo ao qual pertencem. A criança, “como o adulto, imita atos bem-sucedidos que ela viu ser efetuados por pessoas nas quais confia e que têm autoridade sobre ela. O ato se impõe de fora, do alto, mesmo um ato exclusivamente biológico, relativo ao corpo. [...] Em suma, talvez não exista ‘maneira natural’ no adulto” (MAUSS, 2003, p.405). Outras autoras, como Scott e Butler, como já visto, além de Bourdieu e Le Breton, ainda que teorizando de formas específicas, têm um entendimento semelhante a respeito da construção da corporeidade e sua inscrição do domínio cultural.

A aquisição das técnicas do corpo pelos atores depende de uma educação quase sempre muito formalizada, intencionalmente produzida pelo entorno da criança (ou do adulto que procura fazer um outro uso das coisas do mundo). Nessa educação, a parte do mimetismo tem uma influência que não pode ser negligenciada. Cada aquisição aparece como o produto de um aprendizado específico ligado a diferentes dados (um período preciso da vida do ator, a idade, o sexo, o status social, a profissão, etc.). (LE BRETON, 2007, p.43)

Considera-se nesta pesquisa, portanto, o corpo como meio de comunicação, como construção social e como elemento de uma época (SIQUEIRA, 2015), já que o corpo representado na mídia é cheio de significados e esses significados alimentam e são alimentados pelo imaginário continuamente. Segue-se uma abordagem diferente, por exemplo, da perspectiva durkheimiana, que, segundo Le Breton (2007), considera o corpo fora do social, com um papel restrito aos campos da biologia, fisiologia e psicologia, e também diferente da concepção platônica de separação entre o inteligível e o sensível, que considera o corpo como a prisão da alma, o que impede a busca pela verdade e pelo conhecimento.

O corpo humano se configura dentro de uma lógica que é reconhecida e copiada diariamente, e ainda que muitas vezes o processo não seja ou não pareça proposital, atende ao sistema mercadológico e patriarcal. Em sua obra, Foucault (1987) destacava que o corpo é

objeto e alvo do poder. Por meio da vigilância exercida pela própria sociedade, o corpo disciplinado, domesticado e docilizado se torna um corpo produtivo (ou reprodutivo, especialmente no caso das mulheres), servindo, assim, à reprodução da ordem. Nas questões de gênero, esta ordem tenta manter o binarismo homem-mulher e a divisão de funções conforme o sexo. Como afirma a historiadora e crítica da mídia Susan Bordo, nossos corpos são treinados, moldados e marcados pelo cunho das formas históricas predominantes de feminidade. “Vistos historicamente, o disciplinamento e a normatização do corpo feminino [...] têm de ser reconhecidos como uma estratégia espantosamente durável e flexível de controle social” (BORDO, 1997, p.20).

1.5.2 Corpos marcados: o gênero como estigma

O modo como os corpos femininos são compreendidos é diferente em relação aos dos homens. Mauss (2003, p.409) argumenta que há uma sociedade dos homens e outra das mulheres. Como confirma Bourdieu, muitas das características que são atribuídas ao sexo, na verdade, dependem de escolhas culturais. A condição da mulher não a fixa num destino biológico, não se inscreve em seu estado corporal, mas é construída socialmente. “As qualidades morais e físicas atribuídas ao homem ou à mulher não são inerentes a atributos corporais, mas são inerentes à significação social que lhes damos e às normas de comportamento implicadas” (BOURDIEU, 2007, p.68)

Do mais óbvio ao mais sutil, como o simples ato de caminhar, movimentos são incorporados e performados de acordo com o gênero. Para Mauss, há, inclusive, uma “educação do andar”. “A posição dos braços e das mãos enquanto se anda é uma idiossincrasia social, e não simplesmente um produto de não sei que arranjos e mecanismos puramente individuais, quase inteiramente psíquicos” (MAUSS, 2003, p.404). Nas mulheres das sociedades ocidentais contemporâneas, valoriza-se ainda a expressão da feminilidade, que nada mais seria que um conjunto de características e atitudes socialmente determinadas – conjunto que pode se tornar uma lista de regras as mais aleatórias possíveis, como

abaixar os olhos, juntar as mãos ou cobrir com ternura o rosto com as mãos. Por exemplo, o joelho levemente flexionado, a cabeça inclinada, um sorriso, etc., são algumas maneiras de marcar simbolicamente a suave submissão ao homem cuja presença é sugerida de modo alusivo. Cobrir delicadamente com a mão um rosto sorridente ou alegremente surpreso é um gesto que acrescenta sedução ao mesmo

tempo em que imita a frágil proteção de si mesma quando a emoção transborda. (LE BRETON, 2007, p.67-68)

Bourdieu (2007, p.46-47) descreve de forma semelhante as ações que tornam uma mulher feminina: “A maneira de andar, de erguer a cabeça ou os olhos, de olhar de frente, nos olhos, ou, pelo contrário, abaixá-los para os pés”, assim como “sorrir, baixar os olhos, aceitar as interrupções etc. [...] Como se a feminilidade se medisse pela arte de ‘se fazer pequena’”. Enquanto isso, os homens ocupam mais espaço com seus corpos, principalmente em lugares públicos.

Há, ainda, uma “identificação do sexual com o corpo feminino” (LAURETIS, 1994, p.221), algo que fica evidente nas imagens de muitas super-heroínas famosas. No entanto, segundo Lauretis (1994, p.222), “mesmo quando localizada no corpo da mulher [...], a sexualidade é percebida como um atributo ou uma propriedade do masculino”. Na mídia e na indústria cultural estão exemplos nítidos, onde se vê a “representação do corpo feminino como locus primário da sexualidade e do prazer visual” (LAURETIS, 1994, p.221), como também atestou Laura Mulvey (1983).

Tudo na gênese do *habitus* feminino e nas condições sociais de sua realização concorre para fazer da experiência feminina do corpo o limite da experiência universal do corpo-para-o-outro, incessantemente exposto à objetivação operada pelo olhar e pelo discurso dos outros. A relação com o próprio corpo não se reduz a uma “imagem do corpo”, isto é, a representação subjetiva (*self-image* ou *looking-glass self*), associada a um determinado grau de *self-esteem*, que um agente tem de seus efeitos sociais (de sua sedução, de seu charme etc.) e que se constitui essencialmente a partir da representação objetiva do corpo, *feedback* reenviado pelos outros (pais e pares etc.) (BOURDIEU, 2007, p.92).

Quando falamos de corpo, falamos de todas as maneiras com que ele se exhibe socialmente, o que inclui o que o adorna e o cobre (ou não), como o vestuário. Segundo Maffesoli, roupas são “máquinas de comunicar” (1996, p.161). Desde a infância aprendemos como devemos nos vestir, quase de maneira ritualística, somos ensinados a adequar nossos trajes a cada ocasião e compreendemos a importância da moda como forma de expressão de nossas personalidades, origens e intenções. Por isso, a imitação, tão útil na vida social, é base da conjunção “roupa-hábito”. “O vestuário e os costumes estão ligados” (MAFFESOLI, 1996, p.173).

A ação da aparência coloca o ator sob o olhar apreciativo do outro e, principalmente, na tabela do preconceito que o fixa de antemão numa categoria social ou moral conforme o aspecto ou o detalhe da vestimenta, conforme também a forma do seu corpo ou do rosto. Os estereótipos se fixam com predileção sobre as aparências

físicas e as transformam naturalmente em estigmas, em marcas fatais de imperfeição moral ou de pertencimento de raça (BOURDIEU, 2007, p.78).

As saias e vestidos, por exemplo, ainda são símbolos do feminino, embora as mulheres já vistam calças compridas há mais de um século em grande parte do mundo Ocidental. Segundo Bourdieu (1998, p.47), o confinamento simbólico das mulheres é praticamente assegurado por suas roupas. Nesse contexto, um homem usar certos modelos de saias, no entanto, pode ser considerado subversivo ou motivo de ridicularização. Mesmo que a mídia já exiba, em especial *drag queens* e travestis, o tabu perdura até hoje. Apesar de terem opções mais flexíveis e diversificadas no vestuário, as mulheres que assumem um visual de forma não feminina também causam estranheza. A repetição destas reações como discurso comum e da afirmação de adereços e características físicas como femininas ou masculinas perpetua o sistema patriarcal que hierarquiza os sexos e ainda mantém como naturais a binaridade dos gêneros e a heteronormatividade.

A própria importância dada aos usos do corpo é maior para as mulheres, vítimas e cúmplices da aprendizagem desse tipo de submissão. Enquanto, nos homens, “a aparência e os trajes tendem a apagar o corpo em proveito de signos sociais de posição social [...], nas mulheres eles tendem a exaltá-lo e a dele fazer uma linguagem de sedução. O que explica que o investimento [...] no trabalho de apresentação seja muito maior na mulher” (BOURDIEU, 2007, p.138). Segundo Susan Bordo, as mulheres gastam muito mais tempo com o tratamento e a disciplina de seus corpos para fins estéticos, e tal dedicação vem se intensificando.

Através da busca de um ideal de feminidade evanescente, homogeneizante, sempre em mutação — uma busca sem fim e sem descanso, que exige das mulheres que sigam constantemente mudanças insignificantes e muitas vezes extravagantes da moda— os corpos femininos tornam-se o que Foucault chama de “corpos dóceis”: aqueles cujas forças e energias estão habituadas ao controle externo, à sujeição, à transformação e ao “aperfeiçoamento”. Por meio de disciplinas rigorosas e reguladoras sobre a dieta, a maquiagem, e o vestuário — princípios organizadores centrais do tempo e do espaço nos dias de muitas mulheres — somos convertidas em pessoas menos orientadas para o social e mais centradas na automodificação. Induzidas por essas disciplinas, continuamos a memorizar em nossos corpos o sentimento e a convicção de carência e insuficiência, a achar que nunca somos suficientemente boas (BORDO, 1997, p.20).

Desta maneira é regulado e docilizado o corpo feminino, compactado em um formato que cerceia a liberdade por reduzir as possibilidades de ser, limitando o que é ser mulher. Tal fôrma pode ser mais ou menos elástica, a depender dos códigos sociais que vigoram na cultura ou grupo do qual se faz parte e o seu grau de rigidez. A manutenção dos elementos que delimitam este “molde” da feminilidade se faz por meio de repetições vistas e realizadas

dia a dia a partir da própria interação social, da educação e das representações, especialmente as midiáticas. Nas representações femininas da indústria cultural, é comum a imagem da mulher com roupas e acessórios dispensáveis, que não primam pelo seu conforto, mas, ao contrário, até limitam seus movimentos,

como os saltos altos ou a bolsa que ocupa permanentemente as mãos e sobretudo a saia que impede ou desencoraja alguns tipos de atividades (a corrida, algumas formas de se sentar etc): ora só as permitindo à custa de precauções constantes, como no caso das jovens que puxam seguidamente para baixo uma saia demasiado curta, ou se esforçam por cobrir com o antebraço uma blusa excessivamente decotada, ou tem que fazer verdadeiras acrobacias para apanhar no chão um objeto mantendo as pernas fechadas (BOURDIEU, 2007, p.48).

A predominância de formas, cores e comportamentos considerados femininos introduz elementos relacionados a uma representação da mulher que obedece a padrões de beleza e feminilidade contemporâneos, como se vê em filmes, videocliques, novelas e séries. É claro que as formas de representação têm mudado ao longo do tempo e nem só de vestidos cor-de-rosa, cabelos de Rapunzel e silhuetas esguias se compõem os jovens corpos femininos na mídia. Porém, mesmo onde as possibilidades de representação são teoricamente infinitas – como no caso dos desenhos animados, em que o processo de criação pode ser totalmente imaginativo, independente da existência material prévia de um corpo humano registrável, a não ser dentro da cabeça do criador dos traços – identificam-se, em boa parte, resquícios de clichês da feminilidade.

Com o advento do cinema e da televisão, as normas da feminidade passaram cada vez mais a ser transmitidas culturalmente através do desfile de imagens visuais padronizadas. Como resultado, a feminidade em si tornou-se largamente uma questão de interpretação, ou tal como colocou Erving Goffman, a representação exterior adequada do ser. Não nos dizem mais como é “uma dama” ou em que consiste a feminidade. Em vez disso, ficamos sabendo das regras diretamente através do discurso do corpo: por meio de imagens que nos dizem que roupas, configuração do corpo, expressão facial, movimentos e comportamento são exigidos (BORDO, 1997, p. 24).

Em desenhos produzidos com um público-alvo definido, voltados para meninas, ficam mais claras as marcações de gênero – como se fosse fundamental classificar, assinalar determinado produto como “feminino”, ou como se meninos não pudessem se interessar por coisas “femininas demais”. Em alguns países, há inclusive divisões por categorias de

gênero²². Na maioria dos casos, não são usadas peças que possam deixar o visual mais “bruto” ou esconder as silhuetas femininas, por mais que sejam utilitárias. Apesar de serem guerreiras, quase nunca vestem armaduras ou proteções funcionais que cubram muito o corpo. Isso já era visto em histórias de super-heroínas como a Mulher Maravilha e a Supergirl, que, apesar de sofrerem constantes atualizações em seus uniformes, ainda deixam pele e membros expostos aos perigos.

A “generificação” do corpo se dá também na expressão das emoções. Da mesma forma que o corpo, e por fazer parte deste, elas são também “construções sociais e frutas de uma cultura (ou várias delas), elementos de uma época, reflexos de *l’air du temps*” (SIQUEIRA, 2015, p.16). Assim como se refuta a pura biologização dos corpos, a associação exclusiva das emoções à psicologia ou aos processos químicos cerebrais é questionável, pois não são tão íntimas ou naturais quanto possam parecer. “Tal como transparecem na extensão do corpo e se colocam em ação nos comportamentos, os sentimentos são emanações sociais que se impõem por seu conteúdo e sua forma aos membros da coletividade, colocados numa dada situação moral” (LE BRETON, 2007, p.51). A existência é afetiva e corporal, e cada indivíduo constrói códigos dentro do grupo em que está inserido para expressar seus sentimentos e sensações.

Em nossas sociedades, o menino recebe uma educação com relação à dor ligada à imagem da virilidade, de força do caráter. Em princípio, os pais esforçam-se para impedir as tendências para a emotividade ou para a negligência. O mais depressa possível, ele deve assimilar as qualidades que imaginamos serem as do homem; ao contrário, toleramos facilmente, e até mesmo encorajamos as manifestações de sensibilidade da menina: as lágrimas e os lamentos são menos admitidos no menino que na menina, supostamente mais delicada. A educação transforma assim as crianças em atores conformes à imagem da mulher e do homem em vigor na sociedade (LE BRETON, 2007, p.54).

Assim, persiste a ideia de uma feminilidade que relaciona a mulher ao lado “mais emocional”, à intuição, ao zelo, ao afeto, à doçura, à delicadeza, à sensualidade, ao sentimentalismo e à falta de controle das emoções. Por isso também, “exige-se das mulheres que desenvolvam uma economia emocional totalmente voltada para os outros” (BORDO, 1997, p.25). Divide-se o mundo em binarismos oposicionais (feminino e masculino; emoção e

²² No Japão, os desenhos animados são divididos em diversas categorias; duas delas são os *shoujo*, como visto anteriormente, que são produções direcionadas para meninas, e os *shounen*, voltados para meninos. Os *shoujo*, como Sailor Moon e Sakura Card Captors, são conhecidos por apresentarem protagonistas esbeltas em uniformes coloridos, geralmente compostos por saias curtas ou volumosas, ou collants justos, acessórios delicados, joias, laços e flores. Essas obras de ficção inspiraram muitas animações, inclusive as que servem de *corpus* para esta pesquisa.

razão), associa-se a mulher exclusivamente a um dos lados, e, num processo cíclico, espera-se que a mulher se dedique muito mais que o homem ao seu corpo e aos sentimentos – mas sempre de forma a agradar aos outros. A expressão da emoção é regrada, mostrada e representada de modos específicos e conforme o grupo ao qual se pertence (SIQUEIRA, 2015, p.20). Ainda que possa haver resistência, o indivíduo é constantemente estimulado a se dobrar à força do social.

2 A CONSTRUÇÃO DAS IMAGENS QUE NOS CONSTROEM NA INDÚSTRIA CULTURAL

Historicamente, os mitos, lendas e heróis, mais do que entreter e desempenhar um papel meramente lúdico ou linguístico, têm como tarefa também disciplinar os mais jovens, inseri-los na sociedade a partir da apreensão e repetição de costumes e valores transmitidos pelos mais velhos. É um imaginário que vai sendo passado e reciclado de geração em geração. E o imaginário social cresce a partir das imagens captadas pelo indivíduo, como frisa Michel Maffesoli. “Quando adere às imagens televisivas, quando é encantado pelos estereótipos das imagens publicitárias, ou quando é submerso pelas imagens políticas, ele apenas reconhece os arquétipos do ‘mundo imaginal’” (MAFFESOLI, 1996, p.151). Douglas Kellner enfatiza que a televisão, hoje, “assume algumas das funções tradicionalmente atribuídas ao mito e ao ritual (ou seja, integrar os indivíduos numa ordem social, celebrando valores dominantes, oferecendo modelos de pensamento, comportamento e sexo para imitação, etc.)” (KELLNER, 2001, p.304). Para entender como e por que esses valores dominantes e modelos de gênero são explorados, representados e difundidos, é preciso entender a importância da imagem e dos discursos vinculados nessa cultura e como funciona a sua construção nos produtos da indústria cultural.

A imagem, a forma, ainda que em representação, conserva em si uma força de criação e mediação das relações sociais, base do conjunto de referências que norteiam o modo como vivemos em sociedade. Maffesoli (1996, p. 135) afirma que “a imagem é expressão de vitalismo, e enraíza-se num substrato natural. Por isso, ela é ecológica por construção. Isto é, estabelece correspondências (sociais, naturais), e favorece interações”. A arte não cria o visível, mas torna visível. O indivíduo seria, então, menos criador de imagens, que forjado por elas.

A imagem coloca os sentidos em movimento, em circulação social, e é pelo seu estudo que se pode analisar o social. “Ora, como apreender o estilo de uma época, se não for através do que se deixa ver?”, interpela Maffesoli (1996, p.160). As representações sociais estão diretamente ligadas ao imaginário de uma sociedade. Segundo o autor, o mundo imaginal, ou seja, o conjunto matricial que transcende e ordena as imagens e experiências, constrói a vida social: “as diversas modulações da aparência (moda, espetáculo político, teatralidade, publicidade, televisões) formam um conjunto significativo, um conjunto que, enquanto tal,

exprime bem uma dada sociedade. É então que se vê a necessidade de uma reflexão sobre a forma” – o que ele chama de formismo: o estudo das formas, das aparências. A forma é formadora e é uma mediação entre o indivíduo e o mundo (MAFFESOLI, 1996, p.126-127).

2.1 Imaginário, heróis e o mito como instituidor de códigos sociais

Segundo Edgar Morin, o imaginário se estrutura segundo arquétipos e “secreta mitos diretores que podem constituir verdadeiros ‘modelos de cultura’” (MORIN, 2002, p.93). Para Gilbert Durand, todo pensamento humano é uma “*re*-apresentação, isto é, passa por articulações simbólicas. [...] Por consequência, o imaginário constitui o conector obrigatório pelo qual forma-se qualquer representação humana” (DURAND, 2004, p.41). Próprio do ser humano, portanto, o imaginário define-se “como uma *re*-apresentação incontornável, a faculdade da simbolização de onde todos os medos, todas as esperanças e seus frutos culturais jorram continuamente” (DURAND, 2004, p.117) desde o início da humanidade.

Os arquétipos de que fala Morin, base para a construção da bacia semântica do imaginário, podem ser encontrados nas mitologias e nas histórias dos heróis que se eternizaram desde a Antiguidade até a cultura de massa. Como recorda Oliveira (2007, p.25), “as histórias em quadrinhos e as demais produções do imaginário reatualizam e revitalizam as narrativas míticas, matrizes de paradigmas seculares, assumindo o lugar dos contos de fadas ou das antigas epopéias heróicas” – especialmente visando à estandardização, como veremos a seguir. Usado no senso comum muitas vezes como sinônimo de mentira, o mito, na verdade, é uma representação, que pode distorcer, recriar, mas não mentir. Sua função política é naturalizar construções sociais e culturais. Os mitos e os mitemas – sua essência, núcleo, o que se mantém quando o mito passa pelas gerações – contam histórias com moral conhecida pela sociedade em que se originou, sendo uma forma de amparar os códigos de comportamento e conservar na memória. Dependemos da narrativa e da mimese como vetor do conhecimento.

Roland Barthes entendia o mito como “um sistema de comunicação, uma mensagem e, conseqüentemente, um modo de significação, uma fala limitada por condições de funcionamentos históricos” (BARTHES apud OLIVEIRA, 2007, p.73). Como sistema semiológico, funciona como uma ferramenta de explicação do mundo; discurso e narrativa que serve para mediar – uma mediação entre o que é estranho e o que já é conhecido. Os

mitos seriam a fonte de inspiração de onde surgem as primeiras formas sociais, descobertas, sonhos, religiões, artes e filosofia (OLIVEIRA, 2007, p.73). Segundo Gilbert Durand, “a antiguidade grega conhecia muito bem a linguagem imaginária do mito, que lhe servia como ‘via de acesso para as verdades indemonstráveis’, como a existência da alma, a morte, o amor etc.” (DURAND, 2004, p.16). Hoje, o mito televisivo resolve contradições sociais da mesma forma que o mito tradicional, oferecendo modelos de identificação no mundo contemporâneo, e fornece mitologias que idealizam os valores e as instituições contemporâneas, celebrando o modo de vida vigente (KELLNER, 2001, p.304).

A luta entre o bem e o mal está baseada em personagens essenciais, como o herói, a vítima, o vilão etc., construídos sobre arquétipos e quase sempre presos a performances maniqueístas. Na produção de narrativas na mídia, tais papéis costumam se mostrar ainda mais evidentes, estejam eles em roteiros “originais” ou em adaptações. Segundo Morin, a simplificação das relações, tramas e personalidades dos personagens e o maniqueísmo acentuado nas produções audiovisuais são tendências da cultura de massas. Polariza-se nitidamente “o antagonismo entre o bem e o mal; acentuam-se traços simpáticos e traços antipáticos, a fim de aumentar a participação afetiva do espectador, tanto no seu apego pelos heróis, como na sua repulsa pelos maus” (MORIN, 2002, p.55). Como será abordado neste capítulo, a indústria cultural tem a necessidade de captar a atenção do espectador e cativar sua fidelidade (e consequente disponibilidade para compra); por isso, apresenta arquétipos, padrões e símbolos com os quais ele se identifique e que despertem sua empatia. Para reforçar o vínculo com o público, tende-se também a mostrar o herói não como um ser onipotente e inverossímil, mas alguém com receios, falhas e conflitos psicológicos, que manifeste angústias humanas ainda que seja uma entidade mitológica (fazem parte dos “traços simpáticos” de que fala Morin). Muitas vezes isso se exprime na forma de uma dupla identidade, de um alter ego, como é o caso dos famosos Super Homem, Mulher-Maravilha, Homem-Aranha, e, para citar um exemplo recente e presente no *corpus* desta pesquisa, Ladybug.

É preciso, enfim, que os heróis sejam dotados de qualidades eminentemente agradáveis e admissíveis. Desta forma, os personagens provocam “apego, amor, ternura; já se tornam não tanto os oficiantes de um mistério sagrado, como na tragédia, mas uns alter ego idealizados do leitor ou espectador [...]. Mais do que isso, esses heróis de romance ou de cinema podem vir a ser exemplos, modelos” (MORIN, 2002, p.83).

Há outros elementos comuns nas narrativas heróicas que também se aplicam às super-heroínas analisadas nesta pesquisa. Um deles é a passagem do protagonista para um “novo

mundo”, um novo ambiente, uma situação inédita ou uma nova dimensão onde transcorre a maior parte das aventuras e/ou onde o herói descobre seus dons, se revela e se desenvolve, enfrentando inimigos ou obstáculos que, ao serem superados, ajudam no seu desenvolvimento pessoal. Esta jornada será vista nos três desenhos selecionados, mas principalmente com Bloom, em *Winx Club*, e com Korra, em *Avatar*, que de fato exploram suas habilidades em um novo local ou locais que se traduzem em situações inéditas para elas.

Uma característica que é mencionada por Morin e identificada em muitos heróis clássicos, mas que parece não se repetir com as super-heroínas contemporâneas é a ligação familiar obscura. Por mais que haja um rompimento ou afastamento no momento em que as protagonistas vão buscar a evolução dos próprios poderes longe de casa, não são poucos os episódios em que seus pais ou familiares próximos se fazem presentes, ao contrário do que é descrito por Morin abaixo. Seria a diferença devida ao fato de serem mulheres as heroínas?

Os *comics* e os filmes americanos vão impor o reino do herói sem família. Tema heróico por excelência – os heróis mitológicos são órfãos, os bastardos de deuses, como Prometeu e Hércules. Tema moderno, porém, no sentido de que nada se sabe a respeito dos pais dos heróis, não que haja mistério no nascimento, mas porque essa determinação é pura e simplesmente ignorada (MORIN, 2002, p.151).

O autor também nos lembra que, na cultura de massas, há uma valorização mitológica da felicidade e espera-se que o herói da ficção tenha sempre um *happy end*, um “final feliz”, porque o público quer “o sucesso, o êxito, a prova de que a felicidade é possível”. De acordo com ele, “há vários graus no *happy end*, desde a felicidade total (amor, dinheiro, prestígio), até a esperança da felicidade, onde o casal parte corajosamente pela estrada ao encontro da vida” (MORIN, 2002, p.93). Esta imagem, inclusive, é retratada exatamente como tal na última cena do episódio final de *Avatar: A Lenda de Korra*, como será mostrado no capítulo de análise.

2.2 Indústria cultural e os valores de consumo que sustentam (e relacionam) mídia e sociedade

O que aqui chamamos de indústria cultural, termo cunhado e celebrizado pelos teóricos da escola de Frankfurt Theodor Adorno e Max Horkheimer²³, pode ser nomeado de

²³ Como apontado por autores citados aqui, como Featherstone (1995, p.148), “as indústrias culturais são definidas como produtoras de bens culturais de massa (Horkheimer e Adorno, 1972; Garnham, 1987)”.

outras maneiras por diferentes autores. Associados a este tema há conceitos cujos sentidos são compartilhados, de forma mais ou menos direta, como “cultura de massa(s)”, “cultura da mídia” e “cultura do consumo”. Morin, por exemplo, usa a expressão “cultura de massas” praticamente como sinônimo de indústria cultural; portanto, aqui será usada do mesmo modo, sem incluir no conceito, porém, as produções consideradas “populares” ou criadas pelo povo, pelas massas. Douglas Kellner, por sua vez, prefere o termo “cultura da mídia”. Segundo o filósofo, esta expressão “tem a vantagem de designar tanto a natureza quanto a forma das produções da indústria cultural (ou seja, a cultura) e seu modo de produção e distribuição (ou seja, tecnologias e indústrias da mídia)” (KELLNER, 2001, p.52).

Ainda segundo Kellner, “a cultura da mídia e a de consumo atuam de mãos dadas no sentido de gerar pensamentos e comportamentos ajustados aos valores, às instituições, às crenças e às práticas vigentes” (KELLNER, 2001, p.11). Por isso, incluímos a abordagem de Mike Featherstone, que trata da cultura de consumo²⁴, que não se restringe somente aos produtos culturais e midiáticos, mas quase sempre os engloba. Nas palavras do sociólogo inglês,

a sociedade de consumo torna-se essencialmente cultural, na medida em que a vida social fica desregulada e as relações sociais tornam-se mais variáveis e menos estruturadas por normas estáveis. A superprodução de signos e a reprodução de imagens e simulações resultam numa perda do significado estável e numa estetização da realidade (FEATHERSTONE, 1995, p.34).

A indústria cultural fornece programas, filmes e outros produtos culturais na forma de bens padronizados para satisfazer a demandas diversas, por meio de um esquema de organização e racionalidade técnica que se assemelha à fabricação de mercadorias tangíveis em série. Há também uma relação de causalidade, que é explicada por Featherstone, empregando o pensamento de Adorno e Horkheimer:

Afirma-se que a expansão da produção capitalista, especialmente depois do impulso recebido da gerência científica e do “fordismo”, por volta da virada do século, necessitou da construção de novos mercados e da “educação” de novos públicos consumidores por meio da publicidade e da mídia. [...] As atividades de lazer, a arte e a cultura de modo geral são filtradas pela indústria cultural (FEATHERSTONE, 1995, p.32).

²⁴ O sociólogo também defende a aplicação da expressão “cultura de consumo”, cujo uso, para ele, “significa enfatizar que o mundo das mercadorias e seus princípios de estruturação são centrais para a compreensão da sociedade contemporânea” (FEATHERSTONE, 1995, p.121).

Seguindo a abordagem da Teoria Crítica, o destaque cada vez maior ao lazer e a atividades de consumo nas sociedades ocidentais contemporâneas alimentariam a alienação e manipulação ideológica da população, organizando as relações sociais com base numa liberdade apenas ilusória e individual, fora de uma consciência política. Calcada em princípio na expansão da produção capitalista, a cultura de consumo não se restringe a bens físicos. Este consumo, esclarece Featherstone (1995, p.124), “não deve ser compreendido apenas como consumo de valores de uso, de utilidades materiais, mas primordialmente como o consumo de signos”. Como argumenta o autor, assim como há uma lógica do capital derivada da produção, haveria uma “lógica do consumo”, em que o uso dos bens demarca relações sociais, não só apenas para fundamentar uma estratificação, mas também porque o tempo livre e o lazer “são progressivamente mediados pela aquisição de mercadorias” (FEATHERSTONE, 1995, p.35). No caso das super-heroínas e dos desenhos animados, uma série de produtos relacionados às personagens são comercializados na forma de brinquedos, acessórios, vestuário, fantasias, livros, material escolar, artigos de festa²⁵. Morin também relaciona a indústria cultural e seus efeitos na sociedade à oferta do mercado: “O estágio no qual os temas imaginários, da cultura de massa se prolongam em normas práticas é, precisamente, o estágio no qual se exerce a pressão da indústria e do comércio para derramar os produtos de consumo” (MORIN, 2002, p.104).

Um dos principais elos de tal ligação está na publicidade. Para o sociólogo francês, a cultura de massa é, em certo sentido, “um aspecto publicitário do desenvolvimento consumidor do mundo ocidental. Num outro sentido, a publicidade é um aspecto da cultura de massa, um de seus prolongamentos práticos” (MORIN, 2002, p.104). Featherstone retoma o papel da imagem nesta cultura, e fala sobre como as imagens na mídia são usadas de forma a fantasiar a realidade e ativar desejos continuamente, o que atende à lógica do consumo e pode ser confirmado na publicidade e nas produções televisivas:

Assim, a sociedade de consumo não deve ser vista apenas como a divulgadora de um materialismo dominante, pois ela também confronta as pessoas com imagens-sonho que falam de desejos e estetizam e fantasiam a realidade [...] Para Baudrillard, a concentração, a densidade, a extensão inconsútil e abrangente da produção de imagens na sociedade contemporânea nos empurram para uma sociedade qualitativamente nova [...], na qual se aboliu a distinção entre realidade e imagem, estetizando-se a vida cotidiana (FEATHERSTONE, 1995, p.100).

²⁵ No canal Gloob, em menos de um ano, *Miraculous: As Aventuras de Ladybug* se tornou a marca com o maior número de produtos licenciados. Cerca de 30 empresas detêm os direitos de licenciamento para estampar a heroína em seus produtos. Disponível em: <http://woomagazine.com.br/miraculous-as-aventuras-de-ladybug-conquista-o-publico-e-o-mercado-brasileiro>. Acesso em: 30 dez. 2017.

A ideologia do consumo seduz primeiramente a consciência, não com objetos ou bens materiais, mas com imagem. A moral e a estética midiática são as mesmas do consumo (SODRÉ, 2002). Seus objetivos atuais são mercadológicos. Como atesta Sodré (2002, p. 64), “a mídia fala do mundo para vendê-lo ou para agilizá-lo em termos circulatórios - sua verdadeira agenda é a do liberalismo comercial”. Intimamente ligadas, portanto, a cultura do consumo e a indústria cultural, ou mesmo a cultura da mídia, ou voltada para as massas²⁶, obedecem às regras do modo de produção capitalista, pois são intrínsecas a ele. As obras trabalhadas como referencial nesta pesquisa apontam que, entre essas regras, estão a padronização, a produção em série, a despersonalização da criação e a maximização do lucro. “Mesmo fora da procura de lucro, todo sistema industrial tende ao crescimento, e toda produção de massa destinada ao consumo tem sua própria lógica, que é a de máximo consumo” (MORIN, 2002, p.35). É para e pelo lucro capitalista que se desenvolvem as novas artes técnicas (2002, p.22). Quem dialoga com este argumento é Douglas Kellner, que entende que há uma cultura contemporânea dominada pela mídia e pela lógica do capital. Assim como para Morin, para Kellner:

a cultura da mídia é industrial, organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com tipos (gêneros) segundo fórmulas, códigos e normas convencionais. É, portanto, uma forma de cultura comercial, e seus produtos são mercadorias que tentam atrair o lucro privado produzido por empresas gigantescas que estão interessados na acumulação de capital (KELLNER, 2001, p.9).

Considerada por Edgar Morin a primeira cultura “universal” da história da humanidade, essa cultura de massa “é cosmopolita por vocação e planetária por extensão” (2002, p.16), ao mesmo tempo integrando e se integrando a uma realidade “policultural”. Ela não é imposta pelas instituições sociais, mas proposta. Desta forma, não cria os tabus, mas se sujeita a eles, tendo como lei fundamental a lei do mercado (MORIN, 2002, p.46), como já tratado aqui.

A cultura da mídia seria a cultura dominante hoje (KELLNER, 2001, p.27). O motivo pelo qual se tornou necessário estudar a mídia e seus produtos culturais, por mais “rasos” ou inofensivos que pareçam ser num primeiro momento, é notório para os teóricos dos Estudos Culturais. Segundo Kellner (2001, p.10), a cultura da mídia molda a vida diária e influencia o

²⁶ Para Morin, a cultura de massa é “produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial; propagada pelas técnicas de difusão maciça [...]; destinando-se a uma massa social, isto é, um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade (classes, família, etc.)” (2002, p.14).

modo como as pessoas pensam e se comportam, como constroem identidades, como se veem e como veem os outros. Ela ajuda “a conformar nossa visão de mundo, a opinião pública, valores e comportamentos, sendo, portanto, um importante fórum do poder e da luta social” (KELLNER, 2001, p.54).

A cultura, em seu sentido mais amplo, é uma forma de atividade que implica alto grau de participação, na qual as pessoas criam sociedades e identidades. A cultura modela os indivíduos, evidenciando e cultivando suas potencialidades e capacidades de fala, ação e criatividade. A cultura da mídia participa igualmente nesses processos, mas também é algo novo na aventura humana [...]. Portanto, trata-se uma cultura que passou a dominar a vida cotidiana (KELLNER, 2001, p.11-12).

Fonte potencial de uma “pedagogia cultural”, esta cultura mediada pelo entretenimento e pelos meios de comunicação e informação em massa “contribui para nos ensinar como nos comportar e o que pensar e sentir, em que acreditar, o que temer e desejar – e o que não” (KELLNER, 2001, p.10). Por isso, as produções midiáticas devem ser analisadas com cuidado e sob diversos ângulos. Cabe evitar uma visão maniqueísta que as endeuse ou demonize totalmente – em vez disso, ponderar sobre os diferentes aspectos que circundam e fazem parte dessa cultura.

2.3 Ideologia: permeando as práticas sociais e as produções midiáticas

De acordo com Kellner (2001, p.302), as imagens e as narrativas da cultura da mídia estão saturadas de significados polissêmicos, mas também de ideologia. Ainda que possa veicular posições conflitantes, às vezes promovendo forças de resistência e tendências progressistas, a cultura da mídia, em grande parte, “reforça as ideologias que legitimam as formas de opressão” (KELLNER, 2001, p.45), pois acolhe os interesses das classes que possuem e controlam os grandes conglomerados dos meios de comunicação (2001, p.27).

Para Stuart Hall, não existe prática social fora da ideologia²⁷. “Cada prática social é constituída na interação entre significado e representação e pode, ela mesma, ser representada” (HALL, 2003, p.179). A função da ideologia é reproduzir as relações sociais de

²⁷ Segundo Hall (2003, p.179), o filósofo Louis Althusser define as ideologias como sistemas de representação, compostos de conceitos, ideias, mitos ou imagens. Os sistemas de representação são sistemas de significado pelos quais representamos o mundo para nós mesmos e para os outros. As ideologias constituem estruturas de pensamento e avaliação do mundo, utilizadas para entender o lugar de cada pessoa e o que se deve fazer (HALL, 2003, p.173).

produção, que são necessárias à existência material de qualquer formação social ou modo de produção, como o capitalista, do qual participamos (HALL, 2003, p.173). Esta reprodução não depende apenas do trabalho, mas também de uma reprodução sociocultural, contando com a cooperação de instituições que não estão diretamente ligadas à produção em si, como a mídia, mas que exercem a função crucial de desenvolver um trabalho moral ou cultural.

Não se pode afirmar que todas as práticas não são *nada mais* que ideologias só porque elas se situam na ideologia ou a ideologia está inscrita nelas. [...] As pessoas que trabalham na mídia produzem, reproduzem e transformam o próprio campo da representação ideológica. Sua relação com a ideologia difere em geral de outras em que os indivíduos produzem e reproduzem o mundo das mercadorias materiais — que estão também inscritas pela ideologia (HALL, 2003, p.180).

As produções midiáticas, ainda que voltadas ao lazer e entretenimento, são perpassadas por ideologia, portanto. Isso não significa que existe apenas uma ideologia que conduza tudo o que é transmitido pela mídia – mesmo que sempre haja ideologias dominantes – nem que as mensagens carregadas ideologicamente que chegam às massas sejam uniformes, coerentes e rígidas, atingindo e reverberando em todos da mesma forma e sem resistência. Há, entretanto, efeitos quase anestésicos que facilitam a aceitação de discursos predominantes que se repetem ao longo do tempo ou se adaptam a outros discursos que já circulam na sociedade. “Em geral, não é um sistema de doutrinação ideológica rígida que induz à concordância com as sociedades capitalistas existentes, mas sim os prazeres propiciados pela mídia e pelo consumo” (KELLNER, 2001, p.11). A cultura da mídia se constitui por ambivalências, comportando características progressistas e reacionárias. Sua produção está “intimamente imbricada em relações de poder e serve para reproduzir os interesses das forças sociais poderosas, promovendo a dominação ou dando aos indivíduos força para a resistência e a luta” (KELLNER, 2001, p.64).

Se as formas de cultura popular comercial disponibilizadas não são puramente manipuladoras, é porque, junto com o falso apelo, a redução de perspectiva, a trivialização e o curto-circuito, há também elementos de reconhecimento e identificação [...] O perigo surge porque tendemos a pensar as formas culturais como algo inteiro e coerente, ou inteiramente corrompidas ou inteiramente autênticas, enquanto que elas são profundamente contraditórias, jogam com as contradições (HALL, 2003, p.255-256).

Por meio de processos de identificação e o prazer provocado pelo entretenimento, originados nas imagens, a indústria da mídia é capaz de integrar os indivíduos nas práticas consumistas que geram lucro. Isso acontece, por exemplo, quando a bolsinha vermelha e os

brincos de joaninha da Ladybug são comercializados, gerando anúncios veiculados em meio à programação dos canais de TV que vendem a ideia de que a criança pode ter uma aparência igual à heroína do desenho. Ou, mais sutilmente, quando a animação *Winx Club*, episódio após episódio, mostra que, para ser uma menina interessante e amada, digna de se tornar uma fada e ter algum poder, a jovem espectadora deveria se maquiar, ter um tipo específico de corpo, manter os cabelos compridos e esvoaçantes, usar determinadas roupas, sapatos de salto alto e diversos acessórios coloridos, tal e qual as personagens do desenho – o que demanda uma série de práticas que envolvem a compra de produtos e serviços. A cultura de massa, como afirma Morin, “desenvolve no imaginário e na informação romanceada os temas da felicidade pessoal, do amor, da sedução. A publicidade propõe os produtos que asseguram bem-estar, conforto, libertação pessoal, standing, prestígio, e também sedução” (MORIN, 2002, p.104).

Mitos, símbolos e outros recursos que constituem o imaginário de uma cultura considerada comum a grande parte da população hoje são fornecidos pelas imagens e narrativas midiáticas (KELLNER, 2001, p.9). Todo esse material ajuda a criar identidades com as quais os indivíduos se inserem nas sociedades capitalistas contemporâneas e na cultura de consumo. Não há uma doutrinação imposta nem uma possessão ou obediência cega; o convencimento e a disseminação de uma ideologia dominante resultam de processos mais brandos ou sutis, são propostos e envolvem as consciências sem dissipar por completo as possibilidades de mudança, ainda que estas necessitem do emprego árduo de esforços para encontrar brechas no sistema ou ameaçar suas estruturas.

As indústrias culturais têm de fato o poder de retrabalhar e remodelar constantemente aquilo que representam; e, pela repetição e seleção, impor e implantar tais definições de nós mesmos de forma a ajustá-las mais facilmente às descrições da cultura dominante ou preferencial. [...] Essas definições não têm o poder de encampar nossas mentes; elas não atuam sobre nós como se fossemos uma tela em branco. Contudo, elas invadem e retrabalham as contradições internas dos sentimentos e percepções das classes dominadas; elas, sim, encontram ou abrem um espaço de reconhecimento naqueles que a elas respondem. A dominação cultural tem efeitos concretos — mesmo que estes não sejam todo-poderosos ou todo-abrangentes (HALL, 2003, p.255).

2.4 Estratégias mercadológicas: padronização, segmentação e diversidade

A necessidade de se seguir tendências – nos anos 90, a luta das mulheres por um lugar de destaque; hoje, uma realocação do feminino em espaços específicos e mais associados ao consumo – nas produções midiáticas é parte das estratégias de cooptação do público. Hall e Sodré já chamaram a atenção para o fato de que só é possível haver consumo (e aqui o conceito pode ser tanto no sentido de apreensão da mensagem, quanto sob a ótica mercadológica) se o código for decifrável pelo público e desde que ele não rompa abruptamente com o que já é conhecido, evitando um possível estranhamento que causaria reações de aversão em vez de aceitação. O mapa de sentido pertence à cultura dominante e a conquista de um grande público implica a procura de um “denominador comum”, a partir de um “gosto médio”. Assim como também afirma Kellner:

A produção com vistas ao lucro significa que os executivos da indústria cultural tentam produzir coisas que sejam populares, que vendam, ou que – como ocorre com o rádio e a televisão – atraiam a audiência das massas. Em muitos casos, isso significa produzir um mínimo denominador comum que não ofenda as massas e atraia um máximo de compradores (KELLNER, 2001, p. 27).

Morin também cita a busca de um denominador comum nas produções da indústria cultural para se captar a atenção de um número maior de pessoas, aumentando, assim, a audiência, o consumo, o lucro. Segundo ele, a cultura de massa “é média em sua inspiração e seu objetivo, porque ela é a cultura do denominador comum entre as idades, os sexos, as classes, os povos” (MORIN, 2002, p.51). O autor entende que, ainda que haja segmentação de públicos, como será abordado a seguir, a indústria cultural costuma aglutinar gêneros, faixas etárias e classes, a fim de promover uma homogeneização de costumes e dos valores de consumo, veiculados pela cultura de massa – com preponderância de valores da classe média. Esta homogeneização “tende a atenuar as barreiras entre as idades” (MORIN, 2002, p.39), trabalhando a adultização da criança e a infantilização do adulto, e fixa a juventude como elemento fundamental da nova cultura. Ainda segundo Morin (2002, p.26), baseado na ideia de que o imaginário se estrutura por arquétipos, a indústria cultural padroniza os grandes temas romanescos, produzindo clichês e estereótipos. O uso de tais padrões é a regra na produção de mercadorias culturais.

O processo, no entanto, é cíclico: a indústria cultural se baseia em discursos e códigos já presentes no senso comum e os trabalha para devolvê-los, reforçando uma mensagem ou adaptando-a. Na recepção, os códigos e as mensagens em repetição vão sendo incorporados e naturalizados aos poucos. É necessário que o público compreenda e apreenda o discurso, para que depois tais códigos sejam absorvidos e internalizados, podendo ser então reproduzidos.

Esta pesquisa não tem como foco os resultados dos efeitos no público, mas os estudos de recepção podem ajudar a elucidar a importância desse processo de codificação e decodificação para entender melhor as motivações que impulsionam a indústria cultural:

Antes que essa mensagem possa ter um ‘efeito’ (qualquer que seja sua definição), satisfaça uma ‘necessidade’ ou tenha um ‘uso’, deve primeiro ser apropriada como um discurso significativo e ser significativamente decodificada. É esse conjunto de significados decodificados que ‘tem um efeito’, influencia, entretém, instrui ou persuade, com consequências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas (HALL, 2003, p.390).

Alguns discursos e códigos, inclusive, parecem não terem sido construídos, de tão naturalizados, pois são amplamente disseminados e aprendidos desde cedo (HALL, 2003, p. 393), afinal estamos expostos a eles a partir da infância, seja no relacionamento com familiares ou diante de um programa exibido na televisão. Os signos que parecem ter alcançado uma “quase-universalidade” produzem um reconhecimento aparentemente “natural”, encobrendo as estratégias e práticas de codificação que existem ali.

Atualmente, também os marcadores de gênero característicos das estruturas de dominação servem à cultura do consumo. No contexto sociopolítico e econômico do Ocidente, em que cresce o conservadorismo como forma de reação aos movimentos progressistas, de minorias e de direitos humanos, vale observar que a diferenciação é lucrativa sob diversos aspectos. “Tal política da diferença ou da identidade ajuda nas estratégias de ‘dividir para conquistar’ que em última análise servem aos interesses do poder vigente” (KELLNER, 2001, p. 61). A tendência de quebrar certos paradigmas, especialmente relacionados a gênero, não necessariamente indica que a mídia adotou uma visão progressista em prol do bem comum. Mesmo o indício de ventos de mudança, de apoio a questões e à luta por mais espaço, voz e direitos para mulheres e pessoas com diferentes identidades sexuais e de gênero, bem como a segmentação e a variedade de produções culturais que prezam pela diversidade nas suas narrativas e personagens cabem dentro das táticas mercadológicas capitalistas, ainda que a ideologia dominante seja impregnada de valores antagônicos. Até porque, como acrescenta Kellner, a diferença vende: “O capitalismo deve estar constantemente multiplicando mercados, estilos, novidades e produtos para continuar absorvendo os consumidores para as suas práticas e estilos de vida” (KELLNER, 2001, p.61). Featherstone corrobora esse pensamento:

A tendência da cultura de consumo para diferenciar, para estimular o jogo das diferenças, precisa ser matizada pela observação de que as diferenças precisam ser reconhecidas e legitimadas socialmente: a alteridade total, assim como a

individualidade total, corre o risco de ser irreconhecível (FEATHERSTONE, 1995, p.124).

A sobrevivência da cultura de massa depende também da contradição que, na verdade, faz sentido dentro da lógica do capital. “A contradição invenção-padronização é a contradição dinâmica da cultura de massa. É seu mecanismo de adaptação ao público e de adaptação do público a ela. É sua vitalidade” (MORIN, 2002, p.28). A tendência não é promover um estilo de vida singular, mas “alimentar e expandir a série de estilos disponíveis aos públicos e consumidores” (FEATHERSTONE, 1995, p.47), apresentando estilos de vida que não demandam mais uma coerência interna. Featherstone e Morin parecem dialogar nessa questão, seguindo uma linha de raciocínio compartilhada. As tradições, segundo Featherstone (1995, p.184), “precisam ser inventadas e reinventadas constantemente [...] pelos especialistas na produção simbólica (intelectuais, artistas, acadêmicos, intermediários culturais), cujo interesse consiste em construir e desconstruir representações da comunidade”. Morin também fala especificamente sobre o cinema – e podemos estender às obras audiovisuais em geral –, apontando que as produções buscam mesclar algo de familiar e algo de singular ou inovador para chegar a um denominador comum que atraia os espectadores: “O filme deve, cada vez, encontrar o seu público, e, acima de tudo, deve tentar, cada vez, uma síntese difícil do padrão e do original: o padrão se beneficia do sucesso passado e o original é a garantia do novo sucesso” (MORIN, 2002, p.28).

Padronização, diversidade e segmentação, portanto, não se excluem no processo de produção e distribuição da indústria cultural. Dos canais de TV por assinatura dedicados apenas a crianças, por exemplo, até a apresentação do catálogo e disponibilização de conteúdo dividido por gênero nos serviços de *streaming*, vê-se a evolução da segmentação de públicos como estratégia de mercado, tal e qual encontram-se as gôndolas de supermercado organizadas por tipos de produto. A nova geração dos meios audiovisuais, segundo Sodré (2002, p.79), segue um modelo “pós-fordista”, baseado na flexibilidade do sistema produtivo (dos processos de trabalho aos padrões de consumo) e tem como vetor a segmentação, tanto da produção de programas como da audiência.

Os valores disseminados, também diversos como já abordado anteriormente, porém, não perdem um cerne comum pelo qual se caracteriza a standardização do conteúdo. Graças à globalização, ao modo de produção capitalista e à hegemonia ideológica, essa tendência se alastra a todos os continentes. Por mais fortes que sejam as influências da cultura local, é também forte o efeito da cultura de massa e de consumo e sua padronização em cada produção midiática. Os desenhos animados analisados aqui, por exemplo, têm origens

distintas: *Winx Club* é italiano; *Avatar: A Lenda de Korra*, embora tenha inspirações orientais, é estadunidense; *Miraculous: As Aventuras de Ladybug* é uma coprodução nipo-franco-coreana. Apesar das peculiaridades regionais que possam transparecer, todos seguem o modelo dos Estados Unidos. Para Sodré (2002, p.27-28), por mais despolitizada e neutra que pretenda parecer, muitas vezes disfarçada sob o fascínio da tecnologia, a indústria cultural absorve e reproduz a ideologia norte-americana, cuja “universalidade” essencial é parte elementar da reconfiguração do mundo. Desde o fim do século XIX, a lógica dos processos de mídia associa-se à dinâmica da vida norte-americana, e isso se intensificou sob o “feito neoliberal assumido pela globalização no final do milênio, desde quando começou a extraordinária expansão da economia dos Estados Unidos” – foi quando, segundo Sodré, “exacerbou-se a dimensão imperial [...] do poder desse país sobre o mundo, sobrecarregando o agendamento midiático com as molduras neoliberais da homogeneização” (SODRÉ, 2002, p. 28).

2.5 Produção televisiva e o poder audiovisual

De acordo com Douglas Kellner (2001, p.9), estamos inseridos numa cultura da imagem que explora a visão e a audição. Gilbert Durand destaca que há uma enorme e obsessiva produção de imagens, e quem as difunde – a mídia – está onipresente em todos os níveis de representação nas sociedades ocidentais ou ocidentalizadas. A imagem midiática dita as intenções de produtores ocultos, na educação infantil, nas escolhas dos jovens, na aparência de cada indivíduo, nos costumes privados e públicos, “às vezes como informação, às vezes velando a ideologia de uma ‘propaganda’, e noutras escondendo-se atrás de uma ‘publicidade’ sedutora” (DURAND, 2004, p.33-34). É uma manipulação icônica que se alastra atualmente.

Sodré (2002) entende a mídia como uma ambiência, e a TV, especialmente, desperta uma identificação no espectador que é fantasiosa, mas que tenta ao máximo se aproximar da realidade. Como também lembra Featherstone (1995, p.122), a televisão “produz um excesso de imagens e informação que ameaça nosso sentido de realidade. O triunfo da cultura da representação resulta num mundo simulacional, no qual a proliferação dos signos e imagens aboliu a distinção entre o real e o imaginário”. De acordo com Hall, o signo televisivo é complexo, pois combina dois tipos de discurso: o visual e o auditivo. “Além do mais ele é um

signo icônico, na terminologia de Peirce, ‘porque possui algumas das propriedades da coisa representada’” (HALL, 2003, p. 392).

A força e o apelo da televisão não se devem só à junção de imagem e som, mas à atmosfera de intimidade em que se localiza primeiramente e à dinâmica que cria com o público. É como se a televisão saísse do aparelho estático de transmissão e ganhasse forma na vida social, substituindo os lugares de formação convencionais como a família e a escola. Para Sodré, a influência da mídia (meios e hipermeios) não é apenas normativa, mas principalmente emocional e sensorial, com base na estetização generalizada da vida social (2002, p.44). Ela criaria uma espécie de nova moralidade estetizante, por sensorialismo e cognição, fetichizando a realidade e reduzindo a complexidade das diferenças à padronização do mercado.

Para inscrever-se na ordem social, a mediação precisa de bases materiais, que se consubstanciam em instituições ou formas reguladoras do relacionamento em sociedade. As variadas formas da linguagem e as muitas instituições mediadoras (família, escola, sindicato, partido, etc) investem-se de valores (orientações práticas de conduta) mobilizadores da consciência individual e coletiva. Valores e normas institucionalizados legitimam e outorgam sentido social às mediações (SODRÉ, 2002, p.21).

A cultura da mídia exerce grande efeito socializante e cultural por meio de seus modelos de papéis, pois disponibiliza discursos e imagens com as quais seu público possa identificar-se, reproduzindo e imitando-as (KELLNER, 2001, p.307). As “imagens produzidas para a massa orientam nossa apresentação do eu na vida diária, nossa maneira de nos relacionar com os outros e a criação de nossos valores e objetivos sociais” (KELLNER, 2001, p.29). Hoje, a indústria cultural e seus meios dividem funções com instituições historicamente responsáveis por serem as referências de valores e base para a formação das identidades.

Ademais, a cultura veiculada pela mídia transformou-se numa força dominante de socialização: suas imagens e celebridades substituem a família, a escola e a Igreja como árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, moda e comportamento (KELLNER, 2001, p. 27).

Sodré observa que a maioria das pesquisas realizadas sobre a influência e os efeitos do meio de comunicação de massa no público tem levado à conclusão de que a mídia estrutura ou reestrutura percepções e cognições, “funcionando como uma espécie de agenda coletiva” (SODRÉ, 2002, p.26). Ele ressalta que nenhuma mídia determina posturas ou impõe opiniões, mas, sim, prescreve. Conforme já dito, a prescrição moral está implícita no discurso

midiático. Não há imposição de regras, mas sugestionamento; não há sanção explícita, mas subentende-se que é necessário agir de determinados modos para a inserção social do indivíduo, sob pena tácita de ter que lidar com a vergonha derivada da falta de conformidade a um modelo, a autodesvalorização e até o isolamento. O reconhecimento social depende da adequação do indivíduo a um padrão identitário valorizado (SODRÉ, 2002, p.53). Como também já compreendia Kellner (2001, p.304), “a televisão e outras formas da cultura da mídia desempenham papel fundamental na reestruturação da identidade contemporânea e na conformação de pensamentos e comportamentos”. Há, ainda, a sua função crucial na reprodução do capitalismo contemporâneo, conforme abordado antes, especialmente quando as pessoas se voltam para a as mídias procurando algum significado ou valor para suas vidas, uma fuga dos problemas sociais ou uma distração fácil das preocupações cotidianas (KELLNER, 2001, p.421).

Mesmo com a internet e a impressão de maior autonomia e liberdade que ela causa (por ser um ambiente em que a interação e a horizontalização são facilitadas, e emissão e recepção podem ser dar ao mesmo tempo, pelos mesmos polos), ainda são as grandes empresas que dominam o conteúdo audiovisual com que as pessoas mais interagem. As referências e imagens que circulam na rede, em geral, vêm da indústria cultural – são imagens reapropriadas pelos usuários, mas originadas nos programas de TV, filmes, séries, novelas, videoclipes, *best-sellers*, imprensa, publicidade etc. A “nova mídia”, digital e cibernética, não deixa de ser uma extensão da tradicional, mais evidentemente linear, como ressalta Muniz Sodré (2002, p.20): “Nada há aqui do que antes se chamaria de ‘revolucionário’. Há tão só hibridização dos meios, acompanhada da reciclagem acelerada dos conteúdos [...], com novos efeitos sociais”. De fato, houve importantes mudanças nas formas de produção, distribuição, mensuração e análise de audiência, mas os princípios não se transformaram tanto, como podemos ver nas obras de Edgar Morin e outros teóricos citadas aqui. Não ultrapassamos a cultura de massa, centralizada, vertical, unidirecional; estamos apenas em um novo estágio de um processo que, ainda se desdobra, segundo Sodré (2002, p.12), desde os primeiros passos daquilo que se chama “globalização” – um fenômeno já antigo.

A passagem da comunicação de massa às novas possibilidades técnicas não significa a extinção da mídia tradicional, mas a coexistência e mesmo a integração da esfera do atual (trabalhado na esfera pública por jornais, rádios, televisão, etc.) com a do ciberespaço, onde são proeminentes as tecnologias digitalizadas do virtual (SODRÉ, 2002, p.78-79).

A nova geração do audiovisual chegou recentemente à assinatura de serviços de *streaming* e à produção de filmes, séries e programas exclusivamente voltados para a veiculação neste tipo de plataforma, diversificando, fragmentando e reordenando o formato televisivo. Os novos modelos que surgiram com a convergência digital poderiam ser encaixados no que Sodré chama de “televisão interativa”, que hibridiza a TV com o computador e a internet. Não entraremos no debate sobre o que é ou como se define a televisão como meio aqui, mas segue-se o entendimento de Sodré a respeito do assunto – como ele mesmo diz, “a televisão não é ‘coisa una’” (2002, p.79), mas um meio em evolução, que se constitui ainda hoje como o núcleo e o baluarte da mídia tradicional (SODRÉ, 2002, p.20).

Por suas imagens televisivas, cinematográficas e cibernéticas e suas técnicas de verossimilhança, que já tentam não apenas representar, mas recriar a realidade, a mídia é geradora de um novo tipo de controle moral, “publicitário-mercadológico” (SODRÉ, 2002, p.53). Dentro da ideologia hegemônica que a perpassa e orienta, capitalista e patriarcal, subsistem os estereótipos de gênero, com algumas representações que fogem do tradicional e parecem apontar um novo caminho para as mulheres, embora ainda seguindo a lógica mercadológica que explora a diversidade, a liberdade, a equidade e até pautas feministas esperando maior audiência e lucro.

É preciso, no entanto, frisar mais uma vez que, assim como afirma Hall, o significado não é fixo, o sentido possui várias camadas e a decodificação dos conteúdos veiculados pelos meios de comunicação não corresponde exatamente à sua codificação. A mensagem comunicada, para o autor, “é uma estrutura complexa de significados que não é tão simples como se pensa. A recepção não é algo aberto e perfeitamente transparente, que acontece na outra ponta da cadeia de comunicação. E a cadeia comunicativa não opera de forma unilinear” (HALL, 2003, p.354). A recepção, então, não é totalmente controlável e o público não absorve de maneira inerte e incontestável tudo o que é transmitido. Por isso, Hall entende que há três tipos de decodificação (ou “leitura”) de conteúdo na recepção: a posição dominante ou preferencial, quando o sentido da mensagem corresponde às intenções dos emissores, sendo, portanto, hegemônica; a oposicional ou contra-hegemônica, quando se decodifica uma mensagem de maneira contestatária; e a negociada, em que a visão hegemônica interage mais e entra em negociação com os contextos e as condições particulares de cada indivíduo, aflorando as exceções à regra – um meio-termo entre as duas anteriores.

Por conseguinte, não creio que as audiências ocupem as mesmas posições de poder daqueles que dão significado ao mundo para elas. Leitura preferencial é simplesmente um modo de dizer que, se você detém o controle dos aparatos de significação mundo e do controle dos meios de comunicação, então você escreve os textos — até certo ponto, a leitura preferencial tem uma forma determinante. As decodificações que você faz se dão dentro do universo da codificação (HALL, 2003, p.366).

Para que uma leitura dominante possa ceder lugar a uma contra-hegemônica, porém, é importante que o indivíduo construa seu arcabouço de sentidos com diferentes tipos de mensagem, sendo exposto a conteúdos polifônicos e discursos alternativos àqueles das ideologias dominantes. Nas questões de gênero, é significativo que haja maior participação de representações variadas nos espaços midiáticos, ainda que a visão do todo mostre uma cultura estruturalmente machista.

2.6 O feminismo chega à indústria cultural – ou é apropriado por ela

Saffioti adverte que “não existem duas culturas, uma feminina e outra masculina. [...] Há somente uma cultura falocêntrica no seio da qual há diferenciações através das quais as mulheres se submetem ao poder (*phallus*) e à razão (*logos*) dos homens” (2016, p.392). Por esta razão, as mulheres foram durante muito tempo sub-representadas nas artes e na indústria cultural, reduzidas aos estereótipos de gênero e vistas como coadjuvantes. Nas produções midiáticas, sua evolução tem acompanhado, de certa maneira, o avanço do feminismo. Ao mesmo tempo, personagens emblemáticas incorporaram pautas feministas ou ajudaram a propagá-las entre o público.

Criada em 1941 por William Moulton Marston, a Mulher Maravilha foi a primeira super-heroína das histórias em quadrinhos norte-americanas (OLIVEIRA, 2007, p.107) e precursora entre as protagonistas ficcionais da cultura *pop* inspiradas em motivações feministas. O momento histórico era oportuno: sua popularização coincidiu com o primeiro movimento de entrada das mulheres no mercado de trabalho. O criador, um psicólogo interessado no potencial educacional da literatura em quadrinhos, concebeu a personagem como um novo tipo de mulher que deveria governar o mundo²⁸. O objetivo, segundo ele, era criar um padrão de feminilidade forte, que questionasse a suposta inferioridade das mulheres

²⁸ Disponível em: <http://www.newyorker.com/magazine/2014/09/22/last-amazon>. Acesso em: 25 de julho de 2017.

perante os homens e estimulasse a autoconfiança nas meninas, de forma a encorajá-las a seguir profissões e atividades monopolizadas por homens. Não à toa, após 75 anos de difusão pela literatura infantojuvenil, pela televisão (incluindo desenhos animados) e pelo cinema, a Mulher Maravilha foi nomeada pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 2016, “embaixadora honorária para o empoderamento das mulheres e meninas” – ainda que sob protestos de mulheres que exigiam uma representante real e não sexualizada²⁹.

Morin (2002) identifica nas personagens femininas padrões bastante evidentes em suas trajetórias na literatura, na imprensa e nas produções audiovisuais ao longo do século XX. Mesmo com o surgimento da Mulher Maravilha e com a “emancipação da mulher”, as funções de sedutora e doméstica continuam a integrar as representações. Segundo ele, a própria emancipação se dá, não só pelo acesso aos direitos políticos e às carreiras antes restritas aos homens, mas pela hipererotização e pela transformação do trabalho doméstico “em controle eletrodoméstico” (MORIN, 2002, p.144). Nas representações da indústria cultural, seja com um perfil mais virginal, inocente ou materno, seja com um perfil mais sensual, “*vamp*” ou “*femme fatale*”, a mulher quase sempre teve um apelo visual com função estética e ornamental, independentemente do público-alvo sugerido – para os homens, objeto de desejo, pronto para consumo; para as mulheres, os fins eram de identificação, modelo a se seguir: “Meninas deveriam identificar-se com suas heroínas, e meninos deveriam aprender que características eram desejáveis em uma mulher; portanto, as protagonistas de suas histórias favoritas teriam de ser belas e, ao mesmo tempo, doces e frágeis” (OLIVEIRA, 2007, p.64)³⁰. Esse valor decorativo, que permeia o “mito da beleza”, relacionando o feminino ao belo, justifica a abundância de personagens lindas, dentro dos padrões estéticos tão difíceis de alcançar, muito mais do que personagens masculinos. Segundo Oliveira (2007, p.64), em meados do século XX, “a cultura de massa desenvolveu um padrão que privilegiava o ar de inocência infantil” na concepção da beleza feminina, mas incluindo um corpo adulto e curvilíneo, o protótipo da “menina-mulher”, como a personagem de desenho animado Betty Boop. Além da estética, Morin nota uma diferença nas aspirações das heroínas:

a “virgem” e a *vamp* clássicas desapareceram para dar lugar a diversas variantes da *good-bad girl*, que herda a intensa erotização da *vamp* e a pureza da virgem. Essa imagem cinematográfica é a representação sublimada da mulher moderna: pintada e enfeitada como boneca de amor, mas buscando o grande amor, a ternura e a felicidade (MORIN, 2002, p.145).

²⁹ Disponível em: <http://internacional.estadao.com.br/noticias/geral,sob-protesto-mulher-maravilha-e-nomeada-embaixadora-honoraria-da-onu,10000083626>. Acesso em: 25 de julho de 2017.

³⁰ Edgar Morin (1997) chama este modelo feminino representado na cultura de massas de “boneca do amor”.

De fato, além da beleza, da infantilização e da erotização, as personagens eram e ainda são comumente associadas ao amor. Até a Mulher Maravilha, com toda a sua independência e autonomia, não escapou do amor como inspiração e pilar durante a criação de seus superpoderes. Uma das “condições que propiciaram o fortalecimento do amor romântico como tema corrente da cultura de massa foram as invenções da família e da maternidade, pois é sobre essas construções que se justifica a busca da identidade feminina no outro” (OLIVEIRA, 2007, p.66), como já tratado anteriormente. As produções midiáticas da época procuraram incentivar o retorno feminino ao lar no período pós-guerra relacionando casamento e felicidade e retomando modelos de feminilidade. Quando tais representações foram se tornando insuficientes, nas décadas de 1960 e 1970, essa “mística feminina” deu lugar ao mito da beleza. A ritualização excessiva dos estereótipos ligados à feminilidade e à masculinidade permaneceu. “Assim, a mulher encontra-se frequentemente em posição subalterna ou assistida enquanto que o homem, de altura mais elevada, a ampara numa atitude de proteção” (LE BRETON, 2007, p.67).

A contra-revolução sexual dos anos 70 apresentou “propostas para um novo modelo feminino, que foi incorporado aos meios de comunicação de massa” (OLIVEIRA, 2007, p.101). Neste momento, passam a ganhar maior destaque as super-heroínas, primeiramente nas histórias em quadrinhos e depois na televisão, lutando para alcançar o mesmo status dos seus pares masculinos. No entanto, vale lembrar que, a princípio, tais personagens e suas histórias eram criadas e dirigidas especificamente para o público masculino juvenil e adulto. As destinadas às meninas eram protagonizadas por crianças e animais. Havia, ainda, algumas diferenças entre as produções norte-americanas e europeias: nos países da Europa, as personagens de quadrinhos geralmente não tinham superpoderes e eram mais independentes em relação aos homens, por exemplo (OLIVEIRA, 2007, p.112).

A sexualidade, assim como a beleza, é uma das principais modalidades de poder inscritas no corpo da mulher e vastamente explorada na indústria cultural, além de ser, de acordo com Angela McRobbie, o discurso dominante do poder no Ocidente. “It is therefore a point of contestation. What, the feminist critic might ask, is the female body, what is it for, for whom?”³¹ (McROBBIE, 2006, p.526). A autora cita Madonna como exemplo de mulher que subverteu a apropriação patriarcal da sexualidade feminina, uma espécie de tomada de poder, de recuperação da autonomia do próprio corpo e de empoderamento, ainda que gerando

³¹ O trecho correspondente na tradução é: “É, portanto, um ponto de contestação. O que é, a crítica feminista pode perguntar, o corpo feminino, para o que serve, e para quem?”.

marketing e vendas como efeito ou mesmo motivação. Poderíamos comparar tal ressignificação com a sexualização das heroínas ficcionais? Fato é que, na maioria das vezes, estas são criadas por homens e dirigidas ou inspiradas em outras personagens voltadas para o público masculino. Com toda representatividade desejada e alguma alcançada, há a impressão de que as mulheres teriam conquistado certo controle sobre construções do feminino. “But this fact should not be viewed as unproblematic success. There remains the question of what sort of feminism is found in these spaces and to whom is it speaking”³² (McROBBIE, 2006, p.530). Em vez de mostrar às meninas e mulheres que elas podem ser o que quiserem e usar seus corpos como preferirem, a indústria do entretenimento não estaria, ao contrário, tão somente reforçando o estereótipo do que é ser mulher e atribuindo papéis já fixados?

Nota-se ainda a mulher como portadora de significado e não produtora de significado (MULVEY, 1983, p. 438). “Chavez (1985), por exemplo, ao analisar 14 histórias em quadrinhos publicadas em jornais norte-americanos, muitas delas reproduzidas igualmente em jornais de todo o Ocidente, observou que as mulheres só eram personagens principais em 15% das vezes” (JABLONSKI, 2010, p.158). Apesar de haver avanços percentuais significativos, a desigualdade de gênero ainda é uma realidade nas representações veiculadas na mídia. Voltando o foco para as produções audiovisuais, os papéis de destaque, de modo geral, ainda são mais destinados a homens do que a mulheres. Apesar de serem pouco mais da metade da população mundial, elas têm uma presença muito menor que eles tanto na frente quanto atrás das câmeras, na televisão e no cinema. É o que indica, por exemplo, um estudo realizado pela San Diego State University intitulado *Boxed In 2016-17: Women On Screen and Behind the Scenes in Television*³³. Coordenado pela pesquisadora Martha Lauzen, o levantamento analisou seriados de drama, comédias e *reality shows* exibidos na televisão aberta e a cabo dos Estados Unidos e também nos principais serviços de *streaming* entre setembro de 2016 e maio de 2017. De acordo com a pesquisa, 42% dos personagens com fala são mulheres. Os números pioram quando se inclui o recorte de raça: entre todas as personagens femininas, apenas 19% eram negras, 6% asiáticas e 5% consideradas latinas. A boa notícia é que, se comparados ao mesmo estudo realizado no período anterior (2015/2016), todos esses percentuais tiveram crescimento – ainda que de apenas três pontos, no máximo.

A incidência de personagens fora de estereótipos e de protagonistas femininas parece

³² O trecho correspondente na tradução é: “Mas esse fato não deve ser visto como um triunfo sem problemas. Resta a questão de qual tipo de feminismo é encontrado nesses espaços e para quem se está dirigindo”.

³³ Disponível em: http://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2017/09/2016-17_Boxed_In_Report.pdf. Acesso em: 25 de jan de 2018.

estar relacionada também à presença de mulheres na criação das séries e filmes, segundo já apontava outra pesquisa feita pela San Diego State University entre 2014 e 2015 (*Boxed In: Portrayals of Female Characters and Employment of Behind-the-Scenes Women in 2014-15 Prime-time Television*)³⁴. O estudo selecionou atrações de 14 canais de televisão, entre emissoras abertas e a cabo, mais a Netflix, e atestou que apenas 35% dos personagens principais são femininos em programas que só têm homens como produtores executivos – porcentagem que sobe para 42% quando há pelo menos uma mulher entre os executivos. Um relatório mais recente, publicado em janeiro de 2018 (*The Celluloid Ceiling: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top 100, 250, and 500 Films of 2017*)³⁵, afirma que apenas 18% dos funcionários de alto escalão nas maiores produções cinematográficas recentes de Hollywood são mulheres. Dos 250 principais filmes de 2017, 88% não têm nenhuma diretora, 83% não têm roteiristas mulheres e mais de 90% não têm nenhuma mulher como assistente (na edição de som ou supervisão, por exemplo) na equipe.

Estudos do início da década já apontavam a baixa participação feminina entre as protagonistas, como a pesquisa *Preconceito de Gênero sem Fronteiras: Uma Pesquisa sobre Personagens Femininos em Filmes Populares em 11 Países*³⁶, realizada pelo Geena Davis Institute on Gender in Media, a Organização das Nações Unidas (ONU) Mulheres e a Fundação Rockefeller com filmes lançados entre 2010 e 2013. Neste levantamento, apenas 23,3% das obras apresentavam uma menina ou mulher no papel principal.

Tratando especificamente das séries de animação atuais, os números continuam mostrando o gênero feminino como minoria. Ao analisar a grade de programação dos canais dedicados a desenhos animados no Brasil³⁷, o de maior audiência³⁸, Discovery Kids, é o que tem a porcentagem “mais equilibrada”: cerca de 40% das produções têm protagonistas

³⁴ Disponível em: http://womenintvfilm.sdsu.edu/files/2014-15_Boxed_In_Report.pdf. Acesso em: 25 de jan de 2018.

³⁵ Disponível em: http://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2018/01/2017_Celluloid_Ceiling_Report.pdf. Acesso em: 25 de jan de 2018.

³⁶ Disponível em: <http://seejane.org/wp-content/uploads/gender-bias-without-borders-executive-summary.pdf>. Acesso em: 25 de jan de 2018.

³⁷ Para este cálculo, considerou-se a grade de programação atual de séries animadas nos canais com maior audiência do segmento, excluindo-se programas e séries *live action* (com atores reais). No caso de produções em que é difícil determinar qual é o protagonista, considerou-se o personagem mais forte na trama ou o que mais aparece. Foram incluídos, também, os personagens antropomórficos cujo gênero atribuído se mostra evidente.

³⁸ Disponível em: <https://telepadi.folha.uol.com.br/deu-empate-discovery-kids-e-cartoon-network-sao-os-canais-pagos-mais-vistos-de-2017/>. Acesso em: 28 de jan de 2018.

femininas. No terceiro canal infantojuvenil mais visto no segundo semestre de 2017³⁹, Globo, esse número cai para 33%. No Cartoon Network, que também é líder de audiência (não só entre canais deste segmento, mas em toda a TV paga), as personagens femininas protagonizam menos de 20% dos desenhos – o mesmo acontece no Nickelodeon⁴⁰. Na Netflix, dos primeiros 60 resultados de séries de animação, 30% têm protagonistas femininas.

Ainda assim, a força da protagonista feminina pode ser mais aparente do que real, justamente por estar em destaque mais pela sua imagem como objeto sexual a ser admirado ou desejado do que pela força de seus feitos ou personalidade. Tomando os filmes hollywoodianos como foco, a crítica cinematográfica feminista Laura Mulvey nos ajuda a entender, com base em conceitos da psicanálise, como as produções audiovisuais retratam a imagem feminina dentro de uma cultura em que o homem ainda é o centro produtor e o público-alvo. Segundo ela, a presença da mulher “tende a congelar o fluxo da ação em momentos de contemplação erótica” (MULVEY, 1983, p.444).

Num mundo governado por um desequilíbrio sexual, o prazer no olhar foi dividido entre ativo/masculino e passivo/feminino. O olhar masculino determinante projeta sua fantasia na figura feminina, estilizada de acordo com essa fantasia. Em seu papel tradicional exibicionista, as mulheres são simultaneamente olhadas e exibidas, tendo sua aparência codificada no sentido de emitir um impacto erótico e visual de forma a que se possa dizer que conota a sua condição de “para-ser-olhada” (MULVEY, 1983, p.444).

O olhar é, portanto, uma forma eficaz de dominação e controle sobre a sexualidade e o corpo feminino. Mesmo quando, à primeira vista, as representações parecem carregar características fora dos padrões de gênero, é comum uma conversão a essa tendência. A ideia de “mulher guerreira” do amazonismo, originalmente símbolo de bravura, autonomia e até resistência frente ao poder masculino, foi bastante utilizada nos produtos culturais estadunidenses – desde a ascensão da Mulher Maravilha e, com mais força e frequência, a partir de 1985 –, mas como atributo físico, de beleza, e não de independência feminina, tal qual expõe Oliveira (2007, p.121).

As meninas, já em seus primeiros passos na educação, aprendem, por meio desses modelos, que as mulheres lindas são as mais interessantes. Dessa forma, conforme afirma Naomi Wolf [...] “as mulheres não passam de beldades na cultura masculina

³⁹ Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/ooops/2017/08/26/alem-de-canal-infanto-juvenil-canal-gloob-passa-tambem-a-licenciar-marcas.htm>. Acesso em: 28 de jan de 2018.

⁴⁰ Os desenhos do Nickelodeon dividem a grade com diversas séries *live action*. Curiosamente, neste canal, os números se invertem quando se analisam as produções com atores reais, pois a maioria dessas séries é protagonizada por meninas. Todas, porém, se encaixam no mesmo padrão estético: são magras, de pele clara ou morena, cabelos compridos, lisos ou ondulados, sem deficiências aparentes.

para que essa cultura possa continuar sendo masculina” (OLIVEIRA, 2007, p.124).

2.6.1 A questão do empoderamento na cultura da mídia

A mídia também foi responsável por popularizar a ideia de empoderamento como relacionada ao feminismo. Para as mulheres, empoderar-se consiste num processo de conquista da autonomia, como um instrumento e um fim em si próprio. De acordo com Sardenberg (2006), o empoderamento questiona e desestabiliza a ordem patriarcal vigente nas sociedades contemporâneas, com o objetivo de destruí-la enquanto permite às mulheres assumir maior controle sobre seus próprios corpos, suas escolhas, suas vidas. “O empoderamento das mulheres implica, para nós, a libertação das mulheres das amarras da opressão de gênero, da opressão patriarcal” (SARDENBERG, 2006, p.2).

Considerando que poder é a capacidade de fazer escolhas, “o empoderamento pode ser entendido como o processo através do qual se expandem os limites de se fazer escolhas estratégicas, num contexto no qual isso era antes impossível/proibido/negado” (SARDENBERG, 2006, p.7). As feministas têm usado esse termo em preferência a “poder”, principalmente para deslocar o foco dos opressores para os oprimidos e para enfatizar o “poder para”, como algo que capacita, em vez do “poder sobre”, que domina. Além de transformar as estruturas que reforçam a discriminação por gênero, a ideia passa pela criação de “condições para que as mulheres pobres possam ter acesso – e controle sobre – recursos materiais e informacionais” (2006, p.6). Como já tratado aqui, Lauretis e Saffioti destacam que o poder circula e é “usado” de diferentes formas, podendo ser democraticamente partilhado e, assim, gerar liberdade, ou “exercido discricionariamente, criando desigualdades” (SAFFIOTI, 2004, p.113).

No entanto, mais do que um processo de emancipação por meio do fortalecimento da autoconfiança e da autoestima, o termo em questão deve se estender à comunidade, por meio da cooperação e da solidariedade, para causar algum tipo de mudança na condição feminina. “Se esse tipo de empoderamento individual não se relaciona com ações coletivas, pode ser ilusório, vez que o empoderamento inclui tanto a mudança individual quanto as ações coletivas” (SARDENBERG, 2006, p.3). É claro que o feminismo, especialmente quando popularizado em produtos culturais e midiáticos, é capaz de facilitar o empoderamento de uma mulher, como uma espécie de tomada de consciência que a permite recuperar a

autonomia sobre seu corpo e suas decisões de diversas formas – desde o “sentir-se bonita” independentemente de estar fora dos padrões de beleza vigentes até o libertar-se de um relacionamento abusivo que a tornava vítima de violência doméstica, por exemplo. Contudo, não é suficiente para amenizar as opressões sistemáticas de gênero se pensado apenas sob um viés individualista, que acaba por tornar a ideia de empoderar-se um princípio meritocrático que gera não apenas uma variedade de casos pessoais isolados, mas também prejuízos à luta pelo fim da subordinação feminina – um exemplo da cooptação de ideais feministas pelo discurso neoliberal. É uma visão que marca como prioritários os sujeitos independentes, o domínio próprio e os pensamentos circunscritos (“fazer as coisas por si mesmo”, “ter êxito sem a ajuda dos outros”), ignorando as relações entre as estruturas de poder e as práticas sociais cotidianas e desconectando as pessoas de seu contexto sócio-político e histórico, bem como do que é considerado solidariedade ou cooperação (SARDENBERG, 2006, p.3). Essa passagem no sentido de um original empoderamento coletivo para um mais egocêntrico pode ser explicada como sintoma da cultura da mídia, pois “sua moral utilitarista, com o mercado como vetor de mudanças [...] não contempla a utilidade social, pelo contrário, é privatista e redutora da sensibilidade quanto ao coletivo” (SODRÉ, 2002, p.64). Como bem lembra Saffioti:

O empoderamento individual acaba transformando as empoderadas em mulheres-álibi, o que joga água no moinho do (neo)liberalismo: se a maioria das mulheres não conseguiu uma situação proeminente, a responsabilidade é delas, porquanto são pouco inteligentes, não lutaram suficientemente, não se dispuseram a suportar os sacrifícios que a ascensão social impõe, num mundo a elas hostil (SAFFIOTI, 2004, p.114).

De fato, multiplicam-se na indústria cultural as personagens consideradas empoderadas, mesmo que em sua acepção mais individualista. Um exemplo óbvio de empoderamento feminino na ficção está nas super-heroínas. A Mulher Maravilha é um caso, como mencionado, que deu origem a diversas outras narrativas com modelos semelhantes de representação. Entre as décadas de 1980 e 90, surgiram desenhos animados que destacavam guerreiras como She-Ra, Sailor Moon, Guerreiras Mágicas de Rayearth, Sakura Card Captors e As Meninas Superpoderosas, além de Caverna do Dragão e X-Men – em que o protagonismo se divide com personagens masculinos.

2.6.2 Mudanças e subversão dos padrões em novos desenhos e heroínas

Recentemente, animações como *Valente* e *Frozen - Uma aventura congelante*, aclamadas por feministas que acompanham os movimentos da cultura *pop*, insinuaram tendências de subversão dos clichês que abarcam o gênero feminino. Merida, a protagonista do primeiro filme, lançado em 2012, chama a atenção por seus cabelos rebeldes e desgrenhados, que combina com sua personalidade indomável. Ao contrário do que habitualmente se vê nas princesas da Disney, ela não possui atributos físicos e psicológicos alinhados com os estereótipos relacionados à ideia do que é ser uma princesa, símbolo de feminilidade que perdura mesmo numa época em que os regimes monárquicos perdem força e prestígio. No entanto, é justamente por não se encaixar no formato de uma princesa padrão que a personagem se destaca: a exceção que confirma a regra. Menos de dois anos após o lançamento de *Valente*, *Frozen* levou ao público a história de duas princesas com corpos, trajas e trejeitos típicos das personagens femininas. Neste caso, a crítica feminista valorizou a trama e a relação entre as irmãs do filme, que ressalta uma “sororidade” e coloca em segundo plano os relacionamentos amorosos com personagens masculinos. Mas os elementos imagéticos da feminilidade estão ali presentes, mais uma vez. E como a maioria das princesas Disney, são belas, brancas e magras. A indústria cultural também pede o consentimento das mulheres e espera seduzi-las para a feminilidade (LAURETIS, 1994).

Algumas animações televisivas recentes têm trazido novidades na abordagem do gênero feminino e até quebrado paradigmas. Um exemplo é *Hora de aventura*, cujas personagens, ainda que sejam princesas, mostram uma variedade de representações. Uma delas, a Princesa Caroço, possui um corpo disforme (em formato de nuvem) e sua voz é grave; a dublagem tanto nos Estados Unidos quanto no Brasil é feita por um homem. Ainda há outras princesas com corpos em formato de frutas e bichos, ou exageradamente musculosas (Princesa Músculos), além de outros personagens que não têm gênero definido. Apesar de protagonizado por um menino, o desenho mostra um equilíbrio entre os papéis masculinos e femininos no roteiro. Na mesma linha de *Hora de aventura*, há *Steven Universe*, com personagens assexuados e alguns que sequer exibem sinais aparentes de distinção de gênero. Todos são humanóides, mas a diversidade de tipos físicos é grande. Os personagens com frequência se fundem para gerar novos organismos, mais fortes, que preservam características dos seres originais que os compõem. As personagens consideradas femininas não se encaixam num padrão corporal específico: são baixas, altas, magras, gordas, têm pernas grossas ou finas, nem sempre proporcionais. As roupas, os tons de pele e os tipos de cabelos também são muito variados.

Em desenhos protagonizados por personagens femininos na TV, parece haver maior diversidade nos temas abordados e estilos, além de uma sexualização mais sutil. Em 1998, surgiu um fenômeno de audiência e venda de produtos que se mantém até hoje⁴¹, *As Meninas Superpoderosas*, que conta a história de três meninas criadas em laboratório. Outro desenho famoso da mesma época foi *Três Espiãs Demais*, que seguiu o modelo de grupo de garotas, mas, dessa vez, sem superpoderes, e uma roupagem mais parecida com a série norte-americana *As Panteras*, criada na década de 1970. Em 2006, foi lançada mais uma animação que também foi exibida na TV aberta, a cabo e na Netflix, a australiana *H2O: Meninas Sereias*, em que três adolescentes vão para uma ilha e se tornam sereias com poderes aquáticos.

As animações de “garotas mágicas” ainda seguem o modelo japonês, como se vê em *W.I.T.C.H.*, uma produção de 2006 inspirada numa série italiana de história em quadrinhos homônima. Semelhante a *Winx Club*, a trama conta as aventuras de cinco garotas que ganham poderes mágicos associados aos elementos da natureza. O desenho teve duas temporadas e 52 capítulos ao todo. Recentemente, foram lançados *LoliRock*, animação francesa de 2014 com um grupo de princesas mágicas que formam uma banda, e *Mysticons*, desenho canadense que estreou em 2017 e apresenta quatro garotas que se tornam guerreiras lendárias. Vale citar também *Ever After High*, coleção de bonecas de 2013 que virou uma *websérie* e – assim como *Monster High*, franquia norte-americana de 2010 com “monstrinhas” adolescentes – foi para a televisão (TV aberta, a cabo e *streaming*). *Ever After High* conta a história dos filhos de famosos personagens de contos de fadas e tem um *slogan* interessante: “Onde as princesas são valentes”. Outra série que acompanhou o lançamento de bonecas foi *DC Super Hero Girls*, de 2015, que mostra uma escola de super-heroínas, com a repaginação gráfica de personagens como Mulher-Maravilha (que usa calça comprida), Batgirl e Supergirl.

Entre os desenhos sem super-heroínas, há novidades como *Nina Perguntadeira*, série francesa transmitida pelo canal Gloob desde 2013 e protagonizada por uma menina de 9 anos que aborda questões filosóficas, e *O Show da Luna!*, animação brasileira lançada pelo canal Discovery Kids em 2014, que apresenta uma menina de 6 anos apaixonada por ciências. Outro destaque, voltado para crianças pequenas e mais “educativo”, é *Doutora Brinquedos*, produção de 2012 dos Estados Unidos e da Irlanda, que mostra uma das raras protagonistas negras da grade de programação infantil.

⁴¹ Em 2016, a primeira semana de exibição da nova série de *As Meninas Superpoderosas* no Cartoon Network alcançou 1 milhão de espectadores no Brasil. Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/televisao/2016/04/10001765-volta-de-as-meninas-superpoderosas-alcanca-1-milhao-de-espectadores-em-uma-semana.shtml>. Acesso em: 30 jan.2018.

Há, ainda, uma tendência forte de continuações e refilmagens de produções de sucesso protagonizadas por homens com mulheres nos papéis antes masculinos. Só nos últimos três anos, os filmes *Mad Max: Estrada da Fúria* e *Caça-Fantasmas* e uma temporada da série *Doctor Who* foram produzidos com esta troca de gêneros. Não à toa, suscitaram polêmica e até movimentos de boicote em protesto às substituições⁴². As linhas editoriais de quadrinhos norte-americanos também seguem a mesma tendência e já anunciaram histórias em que personagens masculinos, como Thor⁴³, cederão lugar a mulheres.

Um ponto a ser observado, no entanto, é como se dá essa troca. Quando os estereótipos de gênero não são reforçados por mostrarem mulheres *performando* feminilidade, com clichês já exemplificados aqui, são por mostrarem o inverso: atribuindo às protagonistas as características opostas – ou seja, “masculinas” – de forma hiperbólica. Segundo Kellner (2001, p.313), as imagens de mulheres guerreiras se tornaram cada vez mais frequentes nos fins da década de 1970 e na década de 1980, mas incluindo, aos poucos, uma tentativa de conferir a elas atributos originários de representações masculinas grotescas e sanguinárias quando o público-alvo é basicamente composto por homens e os valores masculinistas são prestigiados. “Nesse quadro ideológico, portanto, igualdade significa oportunidade igual de matar, ser uma mulher guerreira igual a um homem guerreiro no campo da agressividade primitiva” (KELLNER, 2001, p.313). As mulheres precisam necessariamente ser “incluídas” nas narrativas apenas como uma versão masculina? São essas as opções disponíveis – “bonecas do amor”, sexualizadas e postas para contemplação, ou variantes másculas, antifemininas, que também estão recheadas de estereótipos de gênero?

Lauretis defende que o sujeito do feminismo é caracterizado por um movimento para dentro e para fora do gênero, entre a representação do feminino imersa em seu referencial androcêntrico, com todos os seus estereótipos, e o que ela exclui ou nega:

É um movimento entre o espaço discursivo (representado) das posições proporcionadas pelos discursos hegemônicos e o *space-off*, o outro lugar, desses discursos: esses outros espaços tanto sociais quanto discursivos, que existem, já que as práticas feministas os (re)construíram, nas margens (ou 'nas entrelinhas', ou 'ao revés'), dos discursos hegemônicos e nos interstícios das instituições, nas contrapráticas e novas formas de comunidade. Esses dois tipos de espaço não se opõem um ao outro, nem se seguem numa corrente de significação, mas coexistem concorrentemente e em contradição. O movimento entre eles, portanto, não é o de uma dialética, integração, combinatória, ou o da *différance*, mas sim a tensão da

⁴² Conforme notícia disponível em: <https://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2015/05/15/ativistas-pelo-machismo-promovem-boicote-contra-mad-max-estrada-da-furia.htm>. Acesso em: 30 jul. 2017.

⁴³ Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/07/thor-sera-mulher-em-nova-serie-de-revista-em-quadrinhos-da-marvel.html>. Acesso em: 30 jul.2017.

contradição, da multiplicidade, da heteronomia (LAURETIS, 1994, p.238).

Haveria, portanto, uma possibilidade de representações femininas subversivas estarem latentes no “*space-off*”? As personagens femininas e consideradas feministas ou que fogem aos padrões rígidos de gênero existem, não apenas em produções alternativas e independentes, mas já na indústria cultural. Considerando que cada relação, cada prática pode ser tanto um lugar de reprodução quanto um *locus* potencial de mudança (LAURETIS, 1994, p.225), quanto mais essas personagens habitarem o *mainstream*, maiores as chances de efetivas transformações na posição das mulheres na sociedade, com a diminuição da discriminação e dos estereótipos. Para usar uma expressão difundida ultimamente entre movimentos de minorias sociais, “representatividade importa”.

3 ALÉM DO QUE SE VÊ: ANÁLISE DAS REPRESENTAÇÕES FEMININAS NAS ANIMAÇÕES

Com base na fundamentação teórica já discutida até aqui, avançaremos para a análise dos desenhos animados que compõem o corpus desta pesquisa. Conforme já explicado na introdução desta pesquisa, foi feita a seleção e observação de cada um dos sete episódios inteiros escolhidos de cada série, com posterior descrição e interpretação das passagens mais significativas para a análise das questões de gênero propostas. Vale lembrar que cada episódio tem, em média, de 22 a 25 minutos de duração. Foram incluídas aqui imagens de alguns quadros para ilustrar e facilitar o entendimento do que for descrito, assim como trechos de diálogos entre as protagonistas e personagens de ambos os sexos – pois, como lembra Saffioti (2016, p.389): “Diferentemente do que se pensa com frequência, o gênero não regula somente as relações entre os homens e mulheres, mas normaliza também as relações homem-homem e relações mulher-mulher”. Portanto, cada uma das séries foi analisada seguindo os mesmos critérios, divididos da forma que se segue, em três eixos principais: “corpo e expressões”, que se concentra especificamente na observação visual das imagens dos corpos, em seus formatos, cores e movimentos, incluindo a indumentária e acessórios de cada personagem feminina principal das histórias; “emoções e relações entre personagens”, que traz o foco para a personalidade, os sentimentos e pensamentos expressados, bem como os relacionamentos das personagens, entre si e com outros interlocutores, especialmente aqueles com quem têm contato próximo, como pares românticos, amigos e família; e “atividade, habilidades e poderes em jogo”, em que são destacadas práticas cotidianas, aptidões e as ações como heroínas, o modo como agem nas batalhas, que (super) poderes possuem e que habilidades dominam para lutar contra seus rivais.

3.1 *Winx Club*

A história original de *Winx Club* se concentra principalmente na história de Bloom, uma fada que vive na Terra como uma menina normal e descobre possuir poderes mágicos ao

salvar Stella, uma princesa-fada que a convence a ir para Alfea, uma escola para fadas na Dimensão Mágica, para desenvolver suas habilidades. Lá, as duas conhecem três novas fadinhas – Musa, Tecna e Flora –, formando, assim, o Clube das Winx. Todas são princesas de algum planeta fictício e relacionam seu poder a um símbolo: Bloom é a fada da chama do dragão; Flora é a fada da natureza; Stella, do sol e da lua; Musa, da música; Tecna, da tecnologia; Layla⁴⁴, das ondas. Outras três fadas ainda se unem ao grupo em momentos distintos e específicos da trama. Nesse universo paralelo, povoado por seres fantásticos, elas precisam lutar contra bruxas e outros vilões que ameaçam a paz local, enquanto estudam para fazer evoluir seus poderes a cada temporada. Além dos poderes, que evoluem de tempos em tempos, as transformações que as caracterizam como fadas também sofrem mudanças, assim como suas roupas e acessórios, que têm destaque na trama. Ao longo dos capítulos, elas conhecem e fazem amizade com aliados como os animais mágicos, as *pixies* e os especialistas, garotos com quem também vão se envolver amorosamente. No início da história, todas as winx têm entre 16 e 17 anos de idade.

3.1.1 Corpo e expressões

Na série, de forte inspiração nos *mahou shoujo* japoneses, vemos fadas que usam *tops* brilhantes, minissaias e shorts, calças coladas ao corpo (*leggings*) e vestidos coloridos o tempo todo. É comum ver as winx com pelo menos três tipos de vestimentas: uma roupa casual; o uniforme de guerreira, composto de minissaias ou shorts e minibusas brilhantes, luvas, sandálias ou botas de salto alto e acessórios; uma roupa mais “clássica”, de fada, que pode ser composta por vestidos longos e esvoaçantes com fendas. Nesses três tipos de vestimentas, braços e barriga estão frequentemente descobertos, as cores são vibrantes e os sapatos, em geral sandálias ou botas, têm salto. Segundo Oliveira, o uniforme das super-heroínas foi sendo gradualmente erotizado, bem como suas roupas civis. “Atualmente, o uniforme das super-heroínas é colado, decotado e curto; expõe o colo, as longas pernas e os braços, anteriormente rigorosamente cobertos” (2007, p.180). Assim como nas animações, nas histórias em quadrinhos o uniforme de combate

⁴⁴ Layla tem o nome de Aisha em algumas versões. Ela só aparece na segunda temporada.

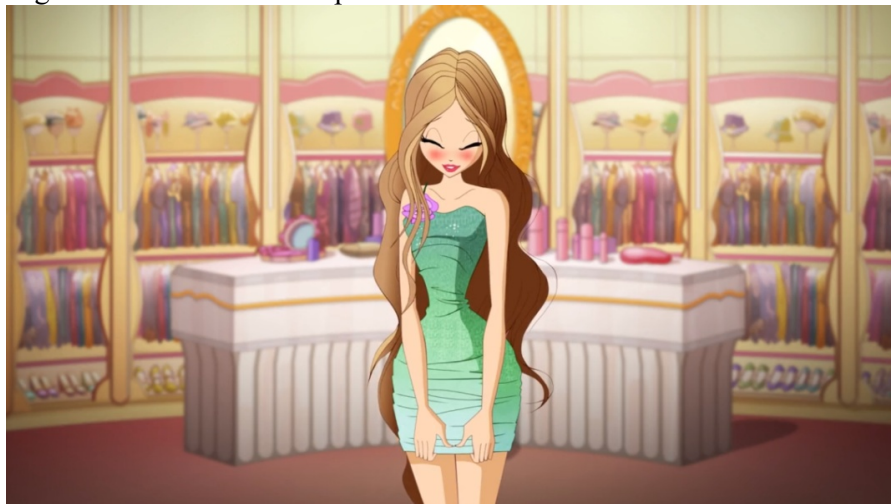
é desenhado para evidenciar, principalmente, a bunda das personagens. Quando não estão uniformizadas, as mulheres de papel usam shorts curtíssimos, calças jeans coladas, microvestidos ou microsaias e biquínis cavadíssimos. O vestuário reduzido a uma superfície mínima exigida pela censura é elaborado para expor o corpo como objeto erotizado. A inscrição da mulher no mito da beleza incita os desejos masculinos e femininos. No dispositivo da sexualidade, o atual guarda-roupa das mulheres de papel funciona como elemento da saturação sexual. (OLIVEIRA, 2007, p.180)

Apesar de precisarem de agilidade e de terem envolvimento direto com a natureza, todas as winx usam salto alto quase sempre. Uma prova da estética do consumo que permeia as tramas é a presença constante de acessórios que reforçam a ligação das meninas com o mundo *fashion*, já que nem todos possuem utilidade para os embates da trama. Pulseiras, braceletes, cordões, brincos, joias de todo tipo, laços, rendas, fitas amarradas a braços e pernas – uma referência às sapatilhas das bailarinas, mas também à “frivolidade e à fragilidade” (BOURDIEU, 1998) –, luvas, bolsinhas, tiaras e outros enfeites de cabeça são frequentes, além de maquiagem. Em muitos episódios as fadas usam magia para trocar suas roupas. Stella, apresentada com uma personalidade fútil e mimada, está frequentemente preocupada com o que vestir. As mais velhas, como a diretora da escola, costumam usar roupas menos reveladoras.

Os corpos das personagens não diferem tanto em formato, apenas no tom de pele e na cor e forma dos cabelos e olhos. Todas são igualmente magras⁴⁵, mas possuem silhuetas curvilíneas acentuadas, mais desproporcionais que os padrões da boneca Barbie: a cintura extremamente fina, seios empinados, quadris largos e pernas longas que seguem a lógica do tronco – coxas e panturrilhas grossas, definidas, e joelhos estreitíssimos. Como afirma a filósofa Susan Bordo (1997, p.23), “a construção da feminidade está notavelmente escrita em termos perturbadoramente concretos, hiperbólicos: representações exageradas, extremamente literais, às vezes praticamente caricaturadas da mística feminina corrente”.

⁴⁵ Entre as alunas de Alfea, não se vêem fadas gordas, nem com deficiências físicas aparentes.

Figura 1 – Winx Club: Corpo de Flora



De acordo com Bourdieu (1998, p.30), a cintura é um dos signos de fechamento do corpo feminino, assim como “braços cruzados sobre o peito, pernas fechadas, vestes amarradas, que, como inúmeros analistas apontaram, ainda hoje se impõe às mulheres nas sociedades euro-americanas atuais”. Com base nisso, é possível entender as medidas acentuadas dos corpos das winx e até mesmo poses e o uso frequente de amarrações em suas vestimentas, como ainda será mostrado a seguir. Ainda sobre a cintura, o sociólogo francês a define como “signo de clausura (aquela que mantém sua cintura fechada, que não a desamarra, é considerada virtuosa, casta) e limite simbólico, pelo menos para a mulher, entre o puro e o impuro” (BOURDIEU, 1998, p.30).

Como em outras super-heroínas, não se salientam músculos nos braços finos das fadas. No rosto, os olhos ganham dimensões que se assemelham ao estilo japonês dos mangás e animes, enfatizando as expressões e emoções. Os narizes de todas as winx se resumem a um traço quase imperceptível, ainda que elas tenham origens étnicas distintas – apesar de não expressas na trama –, e as bocas são preenchidas com batom cor-de-rosa. O cabelo comprido, ícone histórico de feminilidade que perdura até hoje, está presente na série em cinco das seis meninas-fadas. A exceção é Tecna, considerada a mais inteligente e “moderna” do grupo, com preferências consideradas mais comuns entre meninos. Sobre a simbologia ao redor do cabelo feminino, cabe observar:

O mito da beleza estendeu o conceito do cabelo como elemento formal da estética do rosto, retomou sua significação de atributo sexual da representação da mulher e ancorou à cabeleira feminina sentidos que passam pela desclassificação, pela legitimação ou pela estigmatização de sua identidade [...]. Assim como o vigor de uma planta pode ser medido por seu tamanho, o vigor sexual da mulher pode ser associado ao comprimento do seu cabelo. Excetuando-se as meninas, nas quais o

tamanho do cabelo fixa a identidade do gênero, a adolescente e a jovem devem transpirar sensualidade (OLIVEIRA, 2007, p.163-164).

Como em outros desenhos na categoria de “garotas mágicas”, há um momento na trama em que as personagens se transformam, em que assumem seus poderes e adquirem suas formas de guerreiras – no caso das winx, de fadas. Nas sequências de transformação mágica, uma música começa e elas fazem uma espécie de dança enquanto é feito o enquadramento em planos de detalhes que destacam cada parte do corpo das heroínas que recebem novos elementos (luvas, saias, botas, adornos etc). Ao redor, muito brilho e cores vivas compõem o efeito. É o trecho em que ficam mais perceptíveis as marcas simbólicas do feminino e as técnicas corporais relacionadas. Os movimentos das personagens expressam leveza, delicadeza e sensualidade. Nas poses, mãos apoiadas na cintura, pulsos quase sempre dobrados, um dos pés suspenso no ar e outras posturas historicamente significadas como femininas, como já visto antes. Os movimentos graciosos são indícios manifestos durante a sequência e aqui eles estão exemplificados por meio do recurso de pausa na imagem e estudo de fotogramas, como a seguir.

Figura 2 - Winx Club: Transformação de Stella, pose



Figura 3 - Winx Club: Transformação de Stella, piscada



As semelhanças com outras animações de garotas mágicas (ou *mahou shoujo*) ficam evidentes nas transformações, tais quais as dos quadros a seguir. Fitas que envolvem os braços das meninas e se tornam luvas são inspirações de desenhos como Sailor Moon (já citado anteriormente), cuja protagonista está ilustrada abaixo em comparação à sequência de transformação de Stella em *Winx Club*:

Figura 4 - Winx Club: Transformação de Stella, luvas



Figura 5 - Comparação: Transformação de Sailor Moon, luvas



As poses e posturas femininas também podem ser vistas em muitos dos golpes ou feitiços lançados pelas heroínas.

Figura 6 - Winx Club: Feitiço de Tecna, pose

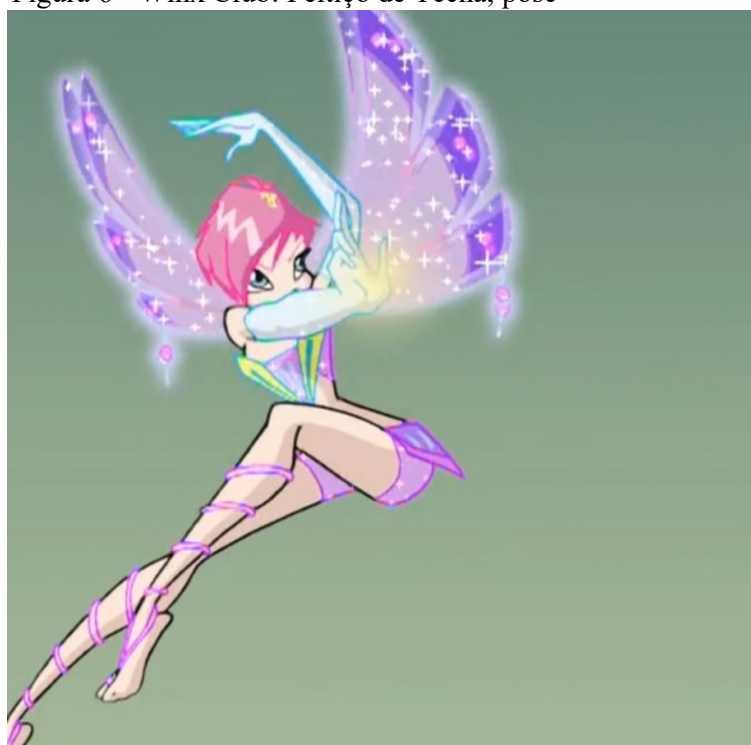


Figura 7 - Winx Club: Feitiço de Stella, pose



Em grande parte das imagens de divulgação do programa ou de produtos atrelados a ele, é nítida a sexualização dos corpos das personagens, que têm por volta de 16 anos de idade. Neste quesito, nem Tecna está a salvo, como visto. As poses, expressões e trejeitos contêm uma carga simbólica de sedução e sensualidade, com posições que evidenciam curvas e quadris, corpos inclinados ou projetados de maneira *sexy*, olhos semicerrados, sorrisos constantes etc. Observa-se a sexualização também no caimento e no corte das roupas, que deixam expostos braços, pernas, colo e barriga. Não há preocupação em cobrir nenhuma parte com proteções, o que geralmente acontece nos heróis, mesmo nos que não usam armaduras para guerrear. Usando a definição de Edgar Morin, as winx se assemelhariam a “bonecas do amor”.

A mulher modelo desenvolvida pela cultura de massa tem a aparência da boneca do amor. As publicidades, os conselhos estão orientados de modo bastante preciso para os caracteres sexuais secundários (cabelos, peitos, boca, olhos), para os atributos erógenos (roupas de baixo, vestidos, enfeites), para um ideal de beleza delgado, esbelto – quadris, ancas, pernas (MORIN, 2002, p.141).

Nos episódios mais recentes da franquia, em *Winx Club WOW: World of Winx*, a indumentária usada nas missões por todas as heroínas é, pela primeira vez, composta de uma peça inteiriça sem saias que cobre todo o corpo, pois elas estão desempenhando papel semelhante a agentes secretas, à paisana, e não podem ser vistas com roupas de fada. Ainda assim, todas continuam calçando sapatos de salto alto. Fora das missões, as personagens

vestem várias camadas de roupas coloridas e estampadas, com laçarotes, brilhos, joias, saias esvoaçantes e mangas bufantes, como nas temporadas anteriores. Ainda que não precisem estar vestidas de fadas, a caracterização parece ter mais a ver com o gênero do que com o título ou a origem. “A feminilidade do vestuário fixa a identidade feminina em um mundo feérico” (OLIVEIRA, 2007, p.181). Vale acrescentar que o ônibus exclusivo das winx, assim como era o carro de Bloom em outras temporadas, é cor-de-rosa.

Figura 8 - Winx Club WOW: World of Winx, abertura



Figura 9 - Winx Club WOW: Layla e Tecna



Outro fator a ser destacado é a presença de personagens de cores de pele lidas como

não brancas⁴⁶. Entre as winx, a única fada com pele negra e cabelo ondulado é Layla/Aisha, que é a última a integrar o grupo, aparecendo somente na segunda temporada. Ainda assim, seus traços e feições possuem diferenças sutis em relação às demais. Flora seria a representante “latina”, com um tom de pele alaranjado. Musa é a representante “asiática”. Dubrofsky (2011) aponta que a diversidade étnica muitas vezes funciona apenas como moldura para a narrativa central de pessoas brancas. Isso acontece no desenho na medida em que Layla/Aisha é agregada ao grupo apenas quando ele já está formado e “completo”, e considerando que a verdadeira protagonista da série é Bloom, evidentemente branca. A presença de mulheres não brancas serviria para validar o protagonismo e o comportamento das brancas (DUBROFSKY, 2011, p.49). Curiosamente, Layla é a única cujo namorado, que também era um “especialista”, morre durante a trama. Mais tarde, ela se envolve com outro rapaz.

Figura 10 - Winx Club: Stella, Layla, Flora e Musa



3.1.2 Emoções e relações entre personagens

As roupas são também uma forma de chamar a atenção dos meninos e isso fica explícito quando há a interação das fadas com personagens masculinos. Agora, cabe analisar

⁴⁶ Aqui, a comparação entre origens étnicas é associativa, já que, de acordo com a narrativa, as winx nasceram em outros planetas.

como se dão as relações interpessoais para entender a representação do gênero em situações de alteridade com o outro gênero. Todas as winx têm namorados ou arrumam um namorado⁴⁷ no decorrer das temporadas – todos homens, fortes e mais altos que elas. Os “especialistas” não são apenas coadjuvantes que aparecem em momentos de descontração ou para dar suporte emocional às fadas, mas geralmente ajudam a resolver os problemas e colaboram com as heroínas em suas missões. Eles surgem já no primeiro episódio da série. No terceiro episódio, se tornam assunto de conversa entre as winx, justamente quando elas estão falando sobre que trajes pretendem usar numa celebração entre a escola de fadas (Alfea) e a escola dos especialistas (Fonte Rubra).

Stella, a mais preocupada com a aparência, anuncia: “Pois eu quero saber o que eu vou vestir, porque a roupa também é importante... E eu tenho que arrasar”. Flora emenda: “Eu soube que os caras da Fonte Rubra são uns gatos”. Tecna, mais reservada, faz pouco caso: “Garotos... eu não tô nem aí pra eles”, ao que Musa retruca: “Então por que você vai vestida desse jeito?”. “Isso não tem nada a ver, se você vai a uma festa tem que ir de acordo”, responde Tecna, que ouve Flora refutar ironicamente: “Ah, tá bom!”. Em seguida, todas vão às compras para escolher um vestido para Bloom, sequência que dá bastante destaque às trocas de roupa. No fim do episódio, um dos especialistas, Sky, chama Bloom para dançar, o que prenuncia o início de um relacionamento.

No primeiro episódio da segunda temporada, Bloom chega correndo para se reunir com a turma e Stella arruma a saia da amiga, lembrando-a que “a pressa é inimiga da perfeição”. Ironicamente, em seguida, as meninas aguardam a chegada dos especialistas, que aparecem pilotando suas motos flutuantes em alta velocidade. Existiriam valores distintos para cada gênero? No mesmo capítulo, pouco antes, Stella aparece chorando à procura de uma roupa para a festa de início de período em Alfea, apesar de Bloom dizer que ela ficaria “bem com qualquer roupa”. “Faz tanto tempo que eu não vou a uma festa com o Brandon... Já esqueci que roupas ele já me viu usando”, diz Stella. A preocupação da fada faz sentido se considerarmos que ela é aficionada por moda. No entanto, vê-se que o cuidado é voltado apenas para o que seu namorado vai pensar de seu visual, já que a opinião da amiga não foi suficiente para deixá-la confiante.

A consideração acentuada de Stella pelo rapaz fica evidente em outras passagens. No episódio 20 da sexta temporada, ela tenta pedir desculpas a Brandon por atitudes grosseiras

⁴⁷ Cada uma das fadas namora um personagem masculino, que com frequência as ajuda a resolver as missões. São denominados “especialistas”, título que não é outorgado às personagens femininas. Vale frisar que todos os relacionamentos amorosos são heterossexuais.

que tomou quando estava enfeitiçada, mas ele responde de forma rude, com ressentimento, e vai embora. A garota é imediatamente consolada pelas amigas, se sentindo culpada também por ter desagradado aos pais. Bloom afirma que o segredo é tratar todo mundo igualmente, e Stella diz: “Eu tenho que achar um jeito de compensá-los, principalmente o Brandon. [...] obrigada, winx, vocês significam muito para mim... e o Brandon também”. Sutilmente, percebe-se uma preocupação maior com os sentimentos do namorado e uma necessidade de agradá-lo apesar de ele ter sido ríspido após a tentativa de desculpas. No final do capítulo, depois do fim da festa e de já terem feito as pazes, as winx preparam um jantar romântico para o casal.

Figura 11 - Winx Club: Stella oferece pizza a Brandon na festa



Encontros desse tipo são recorrentes para aproximar ou reaproximar os casais da trama. No episódio 21 da quinta temporada, para comemorar o fato de que Tecna desenvolveu um poder especial, as winx organizam um “encontro real e romântico” para ela e o especialista Timmy no restaurante “mais badalado da cidade de Magix”, segundo Bloom. Os dois são considerados os mais introvertidos e costumam trocar mensagens pelo celular, o que leva os personagens mais próximos a incentivar uma união.

As meninas ajudam Tecna a se aproximar do rapaz, enquanto, separadamente, os amigos de Timmy dão dicas para ele conquistá-la. Um dos meninos elogia a roupa que Timmy escolheu para o jantar arranjado, dizendo que está muito “alinhado” (não bonito, nem sexy), para logo depois acrescentar que ele só precisa se lembrar de algumas “regras de encontros com garotas”, como “não falar muito sobre tecnologia” – vale lembrar que a fada em questão adora e domina o assunto. As winx, por sua vez, dão a sugestão contrária, para Tecna “falar sobre assuntos que ele entenda, como tecnologia” (na narrativa, isso tem o objetivo de criar uma situação constrangedora) e rir de todas as piadas dele, “principalmente

se não tiverem graça”. Já no encontro, ambos tentam seguir as orientações dos amigos. Timmy aparece com um ramo de flores azuis, apreciado pela menina, que está visivelmente desconfortável com a própria roupa (uma blusa cor-de-rosa e minissaia). O personagem diz que Tecna está muito bonita e ela retribui: “Você também está bonito... muito... *ham...* estiloso”. Os dois prosseguem tímidos e tentando se lembrar das dicas dos amigos, de como se comportarem, o que não os ajuda. Num momento em que Tecna volta do banheiro disposta a falar o que sente e tomar a iniciativa, pegando na mão de Timmy, ela percebe que está na mesa errada, com outro homem, e se frustra. Enquanto isso, as winx estão em uma batalha no fundo do mar e precisam da ajuda de Tecna. Ao ser chamada, a fada abandona Timmy no restaurante – o que ele entende prontamente – e só retorna quando cumpre sua missão. O episódio termina com os dois sentados num banco olhando a lua. Vale acrescentar que mais à frente, na sexta temporada, Timmy conhece os pais de Tecna. Na ocasião, a mãe quer saber onde ele estuda e no que é especialista, enquanto o pai faz o rapaz passar por um “teste” para aprová-lo como namorado de sua filha.

É no início da segunda temporada que surgem as *pixies*, personagens que vão se relacionar diretamente com as winx e acompanhá-las nas aventuras – uma espécie de “microfadinhas”. Nas palavras de uma delas: “Nós, pixies, somos criaturas mágicas. Ajudamos as fadas a combater o mal e a fazer encantamentos. Algumas fadas e pixies formam relacionamentos, parecidos com se apaixonar. Então, se tornam inseparáveis, como irmãs gêmeas. Chamamos isso de ligação, e é uma coisa muito importante para uma pixie”. Pela declaração, entende-se que uma relação amorosa romântica (“se apaixonar”) é equiparável à relação entre irmãs e implica necessariamente ser “inseparável” de seu par romântico.

Entre as próprias winx, não são frequentes os conflitos que ameacem a amizade e a harmonia do clube, embora as personalidades se mostrem bem distintas. Bloom, mesmo sendo uma das últimas winx a chegar a Alfea, já se mostra como líder do grupo – uma liderança que não é questionada nem pela vaidosa Stella, que vira sua melhor amiga. Bloom tem iniciativa, é corajosa, determinada e impulsiva. Também impulsiva, Stella é mais preocupada com as aparências, apaixonada por moda e mimada. Flora é meiga, dócil, tímida e adora cozinhar e cuidar de plantas. Musa gosta de tocar, dançar e ouvir música, tem bastante energia, e é considerada a mais bagunceira, teimosa e irônica do grupo. Já Tecna é definida como a mais “racional”, inteligente, ordenada, introspectiva ou “fria”; gosta de tecnologia e

videogames⁴⁸. Layla se interessa por esportes, é alegre, decidida e orgulhosa.

Perguntada por Bloom sobre o motivo de estar em Alfea, no início do desenho, Flora responde “Eu estou aqui porque quero aprender”, e Stella critica, em tom de brincadeira: “Que resposta mais *CDF!*”. Na série, a inteligência e a dedicação aos estudos são constantemente associadas a personalidades mais introvertidas ou retraídas, como as de Tecna e Flora, e por isso nem sempre valorizadas; refletem inseguranças. A inspetora de Alfea, Griselda, é uma mulher de meia idade carrancuda e considerada chata e “durona” pelas fadas da escola, por ser rigorosa com regras e horários. Quando mais nova, ainda aluna em Alfea, algumas colegas tentavam dizer que ela precisava “relaxar mais”. Sua postura é sutilmente criticada durante a trama, apesar de ser uma fada disciplinada e dedicada ao trabalho. A racionalidade e a rigidez, características atribuídas ao masculino, não são reforçadas, naturalizadas ou bem vistas no gênero feminino.

A ciência dicotomizou o cérebro em dois lados: o racional e o intuitivo. Depois disso, as pesquisas multiplicaram-se para comprovar que a mulher, na maior parte do tempo, utiliza o lado intuitivo do cérebro, o que automaticamente a torna inferior em algumas formas de inteligência, como a matemática, por exemplo. Por ser intuitiva, é, logicamente, mais afetiva, e esse sentimento feminino confirma sua vocação natural para atuar nos papéis de esposa e dona de casa. Isso significa, por extensão, que a mulher, por mais forte que seja, é inferior ao homem e, portanto, não pode ou nem poderá jamais concorrer com ele. (OLIVEIRA, 2007, p.188).

Nas relações familiares, vê-se que os pais costumam ser mais rígidos e superprotetores que as mães das jovens. Na segunda cena da série, por exemplo, Bloom reclama que gostaria de ir para um “lugar legal” com as amigas durante as férias, enquanto seu pai nega e frisa que, quando for mais velha, ela poderá ir a qualquer lugar. “Você ainda é a *garotinha fofa do papai*”, diz ele, infantilizando a filha. O pai de Bloom também fica mais reticente que a mãe ao deixá-la ir estudar em uma escola de fadas. Oliveira (2007, p.188) também relaciona a infantilidade associada ao feminino com a ideia de inferioridade intelectual.

3.1.3 Atividade, habilidades e poderes em jogo

Não é raro ver as fadas exercendo atividades domésticas. No episódio 20 da sexta temporada, Stella organiza uma festa e vai até a cozinha ajudar as amigas a preparar pizzas,

⁴⁸ Fada “da tecnologia”, Tecna manifesta como paixões a ciência e os videogames – peculiaridades propagadas como associadas ao gênero masculino. Em algumas passagens, fica explícita a ideia de que, desde que se juntou às winx, Tecna passou a ser mais emotiva e a “perder o controle” facilmente.

que ela claramente não sabe fazer, mas as demais a encorajam (“quem disse que uma rainha não pode sujar as mãos?”), diz Bloom). Quando seus pais entram na cozinha, Bloom faz questão de mostrar que Stella está se esforçando. Seu rosto aparentando cansaço e esforço, ela geme e passa a mão na testa para limpar o suor enquanto sova a massa. Os pais parecem orgulhosos, como mostra a figura 12. Durante a festa, Stella faz questão de entregar um pedaço de pizza ao namorado e falar “eu fiz esta com minhas próprias mãos, para você”, como visto na figura 11. As atitudes de Stella são também parte de uma mudança de comportamento e um pedido de desculpas aos entes queridos que maltratou enquanto estava sob um feitiço, mas é curioso que tais atos passem especificamente pela servidão e pelo trabalho na cozinha como forma de reconhecimento, para mostrar que é merecedora de perdão. Como apontou Federici: “una vez que el trabajo doméstico está totalmente naturalizado y sexualizado, una vez que ha pasado a ser un atributo femenino, todas nosotras como mujeres estamos caracterizadas por ello”⁴⁹ (FEDERICI, 2012, p. 39).

Figura 12 - Winx Club: Pais de Stella a veem cozinhando



A cada temporada, as winx precisam passar por situações de superação de problemas para fazerem evoluir seus poderes mágicos e se tornarem mais fortes. Em cada evolução, elas adquirem uma forma de fada diferente, com roupas e feitiços específicos, através de uma nova transformação. Para isso, as fadas devem perpetrar determinadas ações de bravura em combates, salvar pessoas, ou mesmo superar algum medo pessoal, lidar com as próprias emoções ou admitir comportamentos considerados prejudiciais nas relações com outros personagens. Logo na segunda temporada, boa parte das winx só consegue ganhar o poder

⁴⁹ O trecho correspondente na tradução é: “uma vez que o trabalho doméstico está totalmente naturalizado e sexualizado, uma vez que passou a ser um atributo feminino, todas nós como mulheres somos caracterizadas por ele”.

“charmix” após tensões amorosas com os especialistas ou sentimentos particulares assumidos. Tecna, por exemplo, precisa dizer a Timmy o que sente por ele e mostrar suas emoções pelo choro, enquanto Flora admite seu interesse por Helio. Musa deve confiar em seu namorado, Riven. Stella e Layla têm que reconhecer suas inseguranças. É esperado, portanto, que as meninas se coloquem em uma posição de vulnerabilidade emocional para que, só então, avancem para outro estágio de domínio de superpoderes que, na verdade, não devem ser usados para resolver questões pessoais.

Em toda a série, as winx contam com mais de 150 feitiços que vão sendo adquiridos aos poucos⁵⁰. Destes, são poucos os feitiços de ataque (usados em batalhas contra vilões) com nomes ameaçadores ou que sugerem algum tipo de violência ou agressividade, como “fúria do dragão” e “explosão sonora”. A maioria dos nomes equilibra essa tendência, tão comum em golpes de super-heróis, com palavras pouco intimidadoras, como “lâmina iridescente”, “plasma encantado”, “rajada solar”, “soco musical”, “ataque harmônico” e “furacão de pétalas”. Para lançar seus feitiços e golpes, as fadas não costumam contar com nenhum tipo de artilharia. O que utilizam, às vezes, são acessórios “femininos” como joias mágicas ou cetros. Já os especialistas lançam mão de armas, espadas e bumerangues.

A ligação entre as winx se mostra forte durante as batalhas – como se unem contra os vilões e dependem umas das outras, e a consciência que têm disso. O espírito de equipe é evidenciado em quase todos os episódios, mesmo quando uma das fadas ganha mais destaque. O conceito de empoderamento, aqui, poderia ser aplicado no seu sentido de desenvolvimento em grupo, não apenas individual. No primeiro episódio da segunda temporada, por exemplo, ao ser homenageada pela direção de Alfea, Bloom se recusa a subir no palco sozinha, alegando que não teria conseguido derrotar os vilões sem as outras winx.

No entanto, a autonomia do grupo não está isenta da participação massiva dos personagens masculinos. Apesar de desempenharem papéis coadjuvantes, observa-se que muitas vezes, ao ajudarem as winx em suas missões, os especialistas têm papel decisivo e até superam as fadas nos combates, ainda que isso não se mostre tão evidente na narrativa. Como afirma Oliveira (2007, p.63), “mesmo que seja uma heroína, como a Batmoça, a mocinha deve ser protegida, pois nunca consegue sair das situações nas quais, geralmente, ela mesma se enreda. Algo parecido com uma criança levada”. O fato de as meninas aparentarem ser frágeis ou precisarem ser salvas valoriza a virilidade do herói ou dos personagens masculinos

⁵⁰ A cada temporada, as fadas ganham novos feitiços, conquistados conforme cada estágio de transformação de fada. Em uma transformação, cada personagem desenvolve pelo menos três feitiços, em média. A partir da quarta temporada, elas passam por mais de uma transformação por temporada, e ainda ganham alguns poderes extras.

“e reproduz a relação criança/adulto, cujo duplo corresponde à relação obediência/autoridade. A fragilidade e a docilidade fazem-na criança a ser protegida a todo momento” (OLIVEIRA, 2007, p.63).

Ainda no primeiro episódio da segunda temporada, temos um exemplo: Bloom conta ao namorado, Sky, que teve uma aventura, e é imediatamente questionada por ele, em tom de brincadeira: “Se meteu em confusão e não chamou o seu príncipe encantado?”, referindo-se a si mesmo, para em seguida oferecer ajuda para encontrar os pais verdadeiros da fada. No capítulo final da terceira temporada, as winx precisam lutar contra os especialistas, que estão sob o feitiço do vilão Valtor, e só conseguem superá-los quando Bloom ataca o vilão com um encanto a distância, rompendo de vez o feitiço.

O episódio de estreia da série também é significativo para analisar essa questão e a visão menosprezada de uma heroína em combate. Ao ser confrontado por Bloom, Knut, o ogro, seu primeiro oponente, provoca: “Eu vou quebrar você que nem uma boneca de louça”. Na segunda luta com Knut, ao lado de um *troll* caçador, o vilão reclama com o aliado: “seu tonto, você levou golpe de uma lourinha”, ao que Stella devolve “mas eu não sou uma *lourinha qualquer*”. Em seguida, ao perceber que não conseguirá dar conta dos dois ogros, Stella vira para Bloom e diz: “não esquenta, já chamei os especialistas”. Antes de o *troll* atacar as fadas, que estão no chão assustadas, chegam quatro rapazes, os especialistas, com espadas e armas de fogo. Stella os apresenta a Bloom dizendo “esses são os heróis”. Não parece garantida a independência da figura masculina como salvadora, mesmo que as mocinhas em questão não sejam indefesas. No episódio 20 da sexta temporada, ao lutarem contra as bruxas da Torre Nebulosa, uma das fadas lamenta não ter reforços masculinos (“se ao menos os guardas nos ajudassem”, diz), enquanto os guardas, de armaduras e armas nas mãos, recuam diante das vilãs. “As novas heroínas são fortes, mas, quando em situação de perigo, ainda necessitam da ajuda masculina para salvá-las, pois, independentemente da geração a que pertençam, são sempre vistas e tratadas como crianças” (OLIVEIRA, 2007, p.188).

Figura 13 - Winx Club: Stella e Bloom ameaçadas por Knut



As principais vilãs das winx são as *trix*, três irmãs da escola de bruxaria de Torre Nebulosa que usam seus feitiços para prejudicar as fadas e roubar elementos de poder, joias mágicas etc. As relações entre os dois grupos se baseiam fundamentalmente em sentimentos de inveja e rivalidade, envolvendo inclusive triângulos amorosos com os especialistas. Quando deixam de ser convidadas para uma festa em Alfea, no terceiro episódio da primeira temporada, as bruxas decidem invadi-la para estragar tudo e uma delas ameaça: “Elas (as fadas) nos esnobaram e vão pagar”. Como vilãs, a aparência das *trix* não deixa de ser sexualizada, mas com elementos menos delicados, infantis, feéricos e coloridos. As vestimentas, em geral, são compostas de macacões ou calças justas e roupas de tons escuros. A maquiagem é mais carregada, com sombras e batons roxos, vermelhos e verdes. O uso de salto alto se repete.

Figura 14 - Winx Club: As vilãs trix



Em *Winx Club*, fica claro, portanto, que mesmo as personagens menos femininas se encaixam muito bem nos padrões de gênero estabelecidos. A responsabilidade e o poder mágico conferido às fadas não mascaram a excessiva importância dos tradicionais valores da feminilidade que se vê no desenho. Ainda que estejam num programa voltado “para meninas”, as winx parecem ter sido projetadas visualmente para o olhar masculino apenas (MULVEY, 1983). Como afirma Bourdieu, a “aprendizagem da submissão do corpo, que se dá com a cumplicidade das mulheres, apesar da obrigatoriedade que lhes impõe, é fortemente marcada socialmente” (1998, p.47). Por mais que ainda se reforce socialmente o “menosprezo pela vulgaridade atribuída aos decotes muito ousados, às minissaias demasiado curtas e às maquiagens muito carregadas” (BOURDIEU, 1998, p.47), esses elementos são – apesar de, ou exatamente por isso – considerados “muito femininos”. As winx reforçam o uso de tais elementos e incorporam a feminilidade não só na aparência, como também nas atitudes, mesclando hiperssexualização e infantilização de forma carismática, já que é possível se identificar com qualquer uma das personalidades e aspirar àqueles modelos.

3.2 **Miraculous: As Aventuras de Ladybug**

Também inspirada nos desenhos de “garotas mágicas”, *Miraculous: As Aventuras de Ladybug* apresenta uma menina chamada Marinette Dupain-Cheng como protagonista. Marinette é uma garota de aproximadamente 15 anos nascida em Nova Iorque, Estados Unidos, que mora em Paris, na França, e cursa o equivalente ao Ensino Médio no Colégio Françoise-Dupont. Tem ascendência francesa e chinesa, e, além de estudante, treina para ser designer de joias. Assim como muitas super-heroínas, ela tem uma vida dupla: sua identidade secreta é a de Ladybug (“joaninha” em português), na qual se transforma através de seu *miraculous*, joias mágicas (no seu caso, brincos ativados) que lhe conferem os poderes especiais com a energia de Tikki, uma pequena criatura mágica (*kwami*) que a acompanha e ajuda em suas missões. Sua arma é um ioiô, com o qual consegue deslocar pelos prédios, pegar objetos e pessoas, e purificar as borboletas (*akuma*) impregnadas de maldade pelo vilão Hawk Moth. Nas mãos erradas, os *miraculous* podem ser usados para o mal, como é o intuito de Hawk, que usa as borboletas *akuma* para escravizar as almas de pessoas que se relacionam com Marinette e torná-las temporariamente más. Ladybug divide a cena e a maior parte das missões contra Hawk com Adrien, seu aliado, colega de turma e par romântico na trama. No

entanto, nem ela sabe que Adrien também é um super-herói – o Cat Noir –, nem ele desconfia da identidade secreta de Marinette.

3.2.1 Corpo e expressões

Marinette e Adrien são os dois personagens principais. Ambos são magros, de pele clara e têm cabelos de curtos a médios, com a diferença de que Marinette os usa sempre no estilo de penteado “maria-chiquinha”. Por ter pai francês e mãe chinesa, ela tem traços asiáticos também. O uniforme de luta dos dois, quando se transformam em Ladybug e Cat Noir, é composto de um *collant* justo que cobre o corpo inteiro e máscara. Os sapatos não têm salto. Com um olhar minucioso, porém, se encontram diferenças fundamentadas na distinção entre os gêneros. O uniforme de Marinette é vermelho com círculos pretos – uma alusão ao bicho que representa, a joaninha (*ladybug*) – enquanto o de Adrien é preto, fazendo alusão ao gato preto (*cat noir*). Até aí, é possível justificar as cores como sendo referências dos animais em questão. Adrien também veste uma jaqueta, justa e quase imperceptível, com detalhes que parecem ser de zíperes de bolsos, o que confere um visual diferenciado em relação a roupas de super-heroínas que remetem a gatos (como a Mulher Gato, por exemplo). Como se fosse necessário um complemento “mais masculino” ao *collant* que evidencia as curvas dos corpos. Lembrando que o jovem Adrien, ao contrário da maioria dos super-heróis que usam *collant*, não é musculoso.

Comparado à silhueta e roupas das personagens de *Winx Club*, por exemplo, o corpo de Marinette é menos sexualizado e exposto. No entanto, em algumas cenas, é possível destacar curvas acentuadas para uma menina de 15 anos. “O corpo infanto-erotizado é mais uma estratégia do dispositivo para regular a sexualidade por meio da representação [...], indo ao encontro do imaginário masculino, ao reforçar o pátrio poder como possibilidade de fantasia erótica” (OLIVEIRA, 2007, p.162). Assim como se vê em *Winx Club* e outros desenhos de garotas mágicas, no momento em que se transforma em super-heroína, Marinette faz uma série de movimentos e poses que ressaltam partes de seu corpo, como a seguir:

Figura 15 - Miraculous: Transformação de Ladybug, close da cintura e quadril



Logo no início de sua transformação, Marinette faz gestos com a mão dobrada próxima ao rosto que não têm utilidade aparente, mas reforçam sua feminilidade e podem ser considerados marcadores de gênero, tal como explicado anteriormente. As figuras 16 e 17 captam parte do movimento:

Figura 16 - Miraculous: Transformação de Ladybug, movimento da mão



Figura 17 - Miraculous: Transformação de Ladybug, continuação do movimento



O mesmo se passa quando Ladybug precisa usar seus poderes durante uma luta. Entre os movimentos e posturas, se repete o padrão do joelho dobrado enquanto a outra perna permanece esticada e o pé em meia ponta, como em um balé, semelhante ao observado nas winx. É o que mostra a figura a seguir:

Figura 18 - Miraculous: Poderes mágicos de Ladybug



Também se nota que nesses momentos “mágicos”, o fundo do quadro fica totalmente cor-de-rosa, com círculos em tom mais escuro. Quando ela invoca seu talismã, surgem vários corações vermelhos brilhantes, como indica a figura 19.

Figura 19 - Miraculous: Poderes mágicos de Ladybug com corações



Durante os combates contra vilões, é possível fazer uma comparação entre movimentos e posturas de Ladybug e Cat Noir, como na figura abaixo. Cintura e quadris da super-heroína ganham mais destaque, com curvas proeminentes, enquanto seu parceiro, mesmo que se movimenta bastante e mostre flexibilidade também, mantém posturas consideradas um pouco mais viris e agressivas.

Figura 20 - Miraculous: Ladybug e Cat Noir, comparação dos corpos



No dia a dia, Marinette usa calça justa cor-de-rosa, blusa branca com detalhes floridos e uma espécie de casaquinho ou cardigã cinza. Também está sempre com uma bolsinha a tiracolo, em que carrega Tikki, a criatura mágica que lhe confere o poder de transformar-se em Ladybug através de seus brincos mágicos. Sua melhor amiga, Alya, tem uma silhueta mais sinuosa e cheia nos quadris, pernas e peito, e a pele mais morena, como se vê abaixo.

Figura 21 - Miraculous: Alya e Marinette



As meninas, quando são consideradas más ou se tornam más, por meio do feitiço dos *akumas* do vilão Hawk Moth, têm roupas mais escuras e menos infantis – ou, pelo menos, sem tons de rosa. É possível fazer uma comparação com as bruxas vilãs de *Winx Club*. Outra observação interessante a se fazer é sobre o *akuma*, criatura que o vilão Hawk Moth usa para enfeitiçar as pessoas e torná-las maléficas. Apesar de ser usado para o mal, seu formato é o de uma borboleta, inseto que geralmente é associado ao feminino – símbolo de transformação, mas também de fragilidade, sutileza, inocência e beleza. Ao libertar as pessoas do feitiço dos *akumas*, Ladybug costuma dizer “tchau tchau, borboletinha”.

Figura 22 - Miraculous: Ladybug e borboleta akuma



Voltando às cores, o cor-de-rosa também está muito presente não só no quarto de Marinette, como também no quarto de outras meninas, como sua colega Chloe. Quase todos os detalhes do quarto de Marinette apresentam tons róseos e “cores suaves”, como Bourdieu associa ao gênero feminino (1998, p.85). Como se vê a seguir, o mesmo acontece com o

quarto de Chloe, com a diferença de que, por se tratar de uma menina rica, o ambiente se mostra mais amplo e sofisticado, com grandes cortinas e dossel de um tom de rosa mais fechado, uma espreguiçadeira e um sofá em matelassê rosa choque, além de uma varanda. Imagens dos dois quartos a seguir:

Figura 23 - Miraculous: Quarto de Marinette



Figura 24 - Miraculous: Quarto de Chloe



3.2.2 Emoções e relações entre personagens

Marinette é descrita como uma menina doce, alegre, atrapalhada, tímida, generosa, amiga, dócil, talentosa e prestativa⁵¹. Como Ladybug, passa a ser mais confiante e valente.

⁵¹ No primeiro episódio da segunda temporada, Mestre Fu, personagem ancião que orienta a heroína, diz a ela “você está sempre pronta para ajudar” e que, por isso, seria “uma Ladybug fantástica”.

Em muitos episódios também se mostra uma garota responsável, que evita se divertir enquanto tem algum dever ou missão a cumprir (seja cuidar de uma criança ou salvar o mundo). Logo no primeiro episódio, ela está tomando conta da filha de uma amiga da sua mãe quando Alya chega e a chama para assistir a uma sessão de fotos de Adrien na praça. Marinette admite que, ao ser incumbida de cuidar da criança, não conseguiu dizer “não” para a tarefa. Alya tenta convencê-la a ir, propondo ajudá-la, e afirma ser especialista nisto porque o tempo todo precisa tomar conta das irmãs. Vê-se, novamente, o quanto o trabalho de cuidar de crianças é representado como uma responsabilidade quase “natural” do gênero feminino – o mesmo não se repete com os meninos da animação.

Grande parte dos momentos de comoção na trama acontece quando o foco é a relação entre os dois personagens principais. Ambos se gostam, mais do que como amigos apenas, mas demonstram isso de formas diferentes. Enquanto Cat Noir se mostra mais “galanteador”, provocando, tocando e fazendo gracejos para Ladybug mesmo durante as missões, Marinette nutre uma paixão secreta por Adrien. Sem coragem de se declarar, a menina passa seus dias tendo pensamentos românticos com o rapaz, falando sobre ele com Alya e tentando esconder seus sentimentos – Alya e Tikki fazem questão de afirmar que ela precisa “se controlar” (isso acontece pela primeira vez no fim do segundo episódio). Em muitas situações, Marinette fica nervosa com a presença de Adrien e demonstra ciúmes por ele, mas o contrário não ocorre com a mesma frequência.

Logo no primeiro episódio, por exemplo, quando está olhando para Adrien, Marinette fantasia: “Eu vou convidá-lo para tomar um sorvete quando a sessão de fotos acabar, e aí a gente vai se casar, viver feliz para sempre numa casa linda, ter dois filhos – não, três, e um cachorro, ou talvez um gato...”. Já transformados, Cat Noir tenta dar um beijo na mão de Ladybug, mas ela recua e diz “não temos tempo para o seu charme”. No segundo episódio, ele também se ajoelha e tenta beijar a mão de Marinette. Depois, quando ela tenta ajudá-lo a sair de um cubo, ele a puxa pela cintura para elogiar sua “ótima idéia”, e ela automaticamente o afasta, dizendo sarcasticamente “é, eu sou um gênio”. No capítulo especial de Natal, Adrien some e, em meio às buscas para encontrá-lo, Marinette faz um número de dança cantando sobre a paixão que sente pelo menino – sem ninguém ver. Ela já chegou a se matricular em uma aula de esgrima para “impressionar o Adrien”, no episódio 4 da segunda temporada. Abaixo, vemos exemplos das aproximações de Cat Noir e as expressões de constrangimento da heroína.

Figura 25 - Miraculous: Cat Noir beija a mão de Ladybug



Figura 26 - Miraculous: Cat Noir se ajoelha para Marinette



Figura 27 - Miraculous: Cat Noir abraça a cintura de Marinette



As meninas que são vistas como mocinhas (exemplos a serem seguidos), como Marinette, parecem não ter desenvoltura para se aproximar dos meninos em que estão interessadas com atitudes e até recusam contato físico, como visto. Outras, como Chloe e Lila,

retratadas como malvadas, parecem não ter medo de avançar para cima de Adrien. Encorajasse, portanto, um comportamento apaixonado, mas retraído e contido das meninas, se estas quiserem ser boas como Ladybug, enquanto o herói pode demonstrar seu interesse mesmo sendo rejeitado, e ainda assim será disputado. Segundo Oliveira (2007, p.143), “a feminilidade é construída com o objetivo de ressaltar atributos como docilidade, discrição e fidelidade, para que sejam imediatamente identificados com e associados ao modelo da virgem”.

Ladybug está longe de ser “perfeita”, mas seus erros costumam ficar claros e logo são corrigidos. No episódio 26 da primeira temporada, Marinette se transforma em Ladybug apenas para denunciar as mentiras de Lila, por ciúmes de Adrien e para separá-la do rapaz. Ele estranha a atitude e murmura: “Mas o que houve com você?”. Ladybug, ao perceber que exagerou, tenta consertar a situação.

Entre os personagens com quem se relaciona constantemente, está Chloe, sua colega de turma e “rival”, pois também gosta de Adrien e costuma provocar Marinette. Apesar de terem comportamentos bastante distintos, vemos algumas semelhanças, como quando ambas lamentam o fato de Adrien ter que deixar a escola por decisão de seu pai. No primeiro episódio da segunda temporada, Chloe faz drama na escada do colégio, na frente dos colegas, chorando, como na figura 28. No fim do mesmo episódio, Marinette também se joga no chão porque nunca mais vai ver o rapaz, na frente de Mestre Fu. Não se vê comportamento semelhante entre os meninos da trama.

Figura 28 - Miraculous: Chloe se joga no chão



Figura 29 - Miraculous: Marinette se encolhe no chão



Ao contrário da protagonista, Chloe é retratada com uma personalidade mais fútil e mimada, preocupada com sua aparência. Sempre maquiada – com rímel, sombra e batom claro –, ela é loira, mais alta que Marinette, usa rabo de cavalo e roupas de grife (geralmente blusa e calças justas e sapatilha). Está quase sempre com óculos escuros apoiados na cabeça e uma bolsinha pendurada no ombro. É filha do prefeito da cidade, e gosta de manipular e causar inveja em seus colegas.

No segundo episódio, Marinette precisa fazer um trabalho em grupo com Chloe. Fica clara a rivalidade das duas quando Marinette a acusa de se aproveitar de uma colega e Chloe diz que tem assuntos mais importantes a tratar, como seu cabelo, “que está uma bagunça”. Mais tarde, ela tenta subornar a tal colega com uma boina – a menina teria que fazer os deveres de Chloe em troca de ter a oportunidade de pegar emprestada sua boina nova. A garota aceita o acordo e passa toda a temporada como amiga de Chloe. Ao ser atacada pelo “ilustrador do mal”, que apaga itens de seu quarto, Chloe fica revoltada por ter perdido seus “vestidos da Chanel” e o chama de “monstro” por sumir com eles. Mais uma vez, como na maioria dos episódios, a relação entre feminilidade e vaidade e até futilidade torna-se evidência.

A rivalidade feminina também fica clara no episódio especial de Natal, quando Marinette aparece feliz e cantando, desejando um feliz natal a todos na padaria de sua família, até que Chloe chega ao local com seu pai. Os pais de ambas tentam diminuir a rixa entre as meninas lembrando a elas que “é Natal”, mas Chloe faz questão de dizer a Marinette, cara a cara, que a odeia.

Figura 30 - Miraculous: Chloe encara Marinette



3.2.3 Atividade, habilidades e poderes em jogo

Apesar de se encaixar facilmente em muitos dos estereótipos de gênero esperados de uma menina e de acabar muitas vezes dividindo seu protagonismo na trama com um personagem masculino, Ladybug demonstra ter atitude, habilidade e força necessárias para garantir sua autonomia como a principal super-heroína da história. Enquanto Adrien se transforma de menino cobiçado em herói atrevido, Marinette parece esquecer sua personalidade insegura e romântica para virar uma orgulhosa Ladybug. O papel de Cat Noir não é o de protetor da mocinha, mas de um autêntico colaborador – às vezes, poderia passar até mesmo por um servo.

Em diversos episódios, é Ladybug que protege Cat Noir nos embates com vilões. Na primeira luta do desenho, quando um ônibus está caindo sobre eles, é ela que segura o personagem para abrigá-lo, tal qual mostra a figura 31. A heroína também defende o parceiro de um golpe do vilão “Colecionador” no primeiro episódio da segunda temporada. No capítulo de Natal, quando o “Papai Cruel” joga Cat Noir do trenó, Ladybug consegue pegá-lo e salvá-lo novamente, por duas vezes.

Figura 31 - Miraculous: Ladybug protege Cat Noir



Mesmo quando é Adrien que toma a iniciativa ou salva a menina, ela não se dá por vencida nem deixa ele levar todos os créditos. No segundo episódio da primeira temporada, por exemplo, quem detecta primeiro uma situação de risco é o rapaz, se transformando em Cat Noir antes de Marinette. No entanto, mais tarde, ao perceber que ele está tentando se gabar, Ladybug rebate: “Nenhum gato me trouxe aqui, Cat Noir. Eu voei pra cá sozinha”. Antes, no primeiro episódio, quando as luzes se apagam e Ladybug não consegue enxergar no escuro (capacidade de Cat Noir), ele a provoca dizendo “estou ouvindo uma donzela em apuros?”, e ela argumenta: “Alguns de nós não têm visão noturna”. Neste momento, o menino a puxa para perto de si e fala “não esquenta a cabeça, é só confiar em mim”. Em seguida, porém, Ladybug deixa claro: “Acho que posso me virar sem seguir as suas ordens dessa vez”.

É claro que essas pequenas provocações são úteis na trama para ajudar a delinear o relacionamento amoroso entre os dois personagens e dar uma leveza cômica ao desenho por meio de uma tensão. Mas também deixa transparecer uma dinâmica diferente da que foi vista em *Winx Club* no que se refere à independência das heroínas em relação aos heróis. Os poderes advindos dos *miraculous* (as joias mágicas que lhes conferem poderes especiais: o par de brincos de joaninha em Ladybug e o anel de gato em Cat Noir) parecem se equiparar em potência e características, com a diferença de que apenas Marinette tem o poder de liberar os *akumas* e “curar” as pessoas do feitiço que as tornam vilãs em cada episódio. Da mesma forma, há uma equidade entre os personagens vilanizados, e as meninas ou mulheres *akumatizadas* demonstram vigor físico e superpoderes, balanceando agressividade e fragilidade tais quais os personagens masculinos. Uma das falas que soam mais expressivas e feministas do desenho é dita, inclusive, por Lila, uma menina que se interessa por Adrien e é capturada pela maldade de um *akuma*. No último episódio da primeira temporada, ao perceber

que Adrien gosta de Ladybug, ela diz: “Você sabia que uma garota não precisa de fantasia para ser incrível?”.

Como visto, Ladybug tem um lado feminino bastante estereotipado, mas amenizado por uma postura mais ativa e menos submissa. Quanto à personalidade e comportamento, a personagem de fato se divide em duas: Marinette é a menina que “se porta como menina” sob a visão patriarcal; Ladybug é a metade desconstruída do gênero. Na aparência, suas roupas parecem mais próximas da realidade das adolescentes que formam o público-alvo do desenho – menos coloridas, exageradas e cheias de detalhes do que as das winx; mais “ocidentalizadas” e contemporâneas do que as que serão descritas em *Avatar: A Lenda de Korra*. Também está no meio-termo quanto à sexualização do corpo, que fica menos evidente se comparada a *Winx Club*. Os movimentos graciosos que remetem à feminilidade, contudo, permanecem lá.

3.3 Avatar: A Lenda de Korra

Avatar: A Lenda de Korra é uma continuação de outra série animada, *Avatar: A Lenda de Aang*⁵². Ambas se passam em um mundo fictício e misturam magia com elementos das culturas chinesa e japonesa, como artes marciais e mitologia (folclore e lendas asiáticas). Na trama, os “avatars” são jovens com o poder de controlar os quatro elementos da natureza que surgem uma vez a cada geração, reencarnando sempre em uma nação diferente das quatro existentes, seguindo um ciclo milenar. A protagonista e avatar da vez é Korra, uma adolescente de 17 anos (no início da série) originária da Tribo da Água que busca dominar as habilidades de seu elemento final, o ar (dominado na série precedente pelo jovem Aang, seu antecessor), tendo já aprendido a lidar com o fogo, a terra e a água em seus treinamentos⁵³. Para isso, Korra vai até o epicentro do mundo avatar moderno, Cidade República, uma metrópole movida à tecnologia a vapor (*steampunk*), onde outros “dominadores” e “não dominadores” vivem e prosperam, e onde a jovem acaba se deparando com uma revolta de

⁵² O cineasta M. Night Shyamalan adaptou, dirigiu e produziu um filme *live action* (versão filmada com atores reais) baseado na história de Aang: *O Último Mestre do Ar*, de 2010.

⁵³ Na série, usa-se o termo “dobra” para indicar que o avatar domina determinado elemento com técnicas de artes marciais. Existem, portanto, as dobras de água, de ar, de fogo e de terra, além da dobra de energia, que é a capacidade de manipular a energia da vida dentro de um corpo e antecede as quatro principais artes de dobra.

antidominadores, iniciada pelo vilão Amon. Sob a tutela do filho de Aang, ela começa seu difícil treino de dominação de ar junto a outros personagens, e ao longo das temporadas se desloca entre as quatro nações (Tribo da Água, Reino da Terra, Nação do Fogo e Nômades do Ar) na esperança também de ajudar a pôr fim às guerras civis.

3.3.1 Corpo e expressões

A protagonista exibe um tipo físico pouco convencional se comparado às princesas e guerreiras que comumente estrelam os desenhos de protagonismo feminino. Possui traços, corpo e roupas menos delicadas, e pele mais escura. É morena, com traços indígenas, cabelos castanhos e compridos, quase sempre presos (nas primeiras temporadas), e olhos azuis. Atlético e inspirada em lutadoras de artes marciais mistas (MMA), ela veste calças largas, botas de frio baixas e acessórios que remetem aos usados por povos esquimós ou inuítes. As cores predominantes são o azul – referência à Tribo da Água, nação à qual pertence – e marrom. Não usa joias, maquiagem e adornos, apenas acessórios como aquecedores de braço, prendedores de cabelo e um bracelete indígena, como podemos ver na figura abaixo.

Figura 32 - Avatar: Korra na primeira temporada



Embora suas roupas não ressaltem tanto a silhueta como acontecia nas super-heroínas já citadas, ainda assim é possível ver as curvas de seu torso e seus seios volumosos. Contudo, os gestos e movimentos de Korra são mais duros, menos graciosos e contidos se comparados com outras personagens femininas. A feminilidade não é evidenciada. O fato de ter uma

personalidade indisciplinada e arredia se reflete na sua imagem e em como seu corpo é apresentado ao espectador. No segundo episódio do desenho, por exemplo, fica claro que Korra não consegue se concentrar na meditação guiada por Tenzin, seu treinador. Na cena, ela coça a nádega enquanto tenta meditar, antes de abandonar o exercício. O gesto rompe com o que se esperaria de uma heroína ou mocinha clássica.

Figura 33 - Avatar: Korra se coçando



Pode-se dizer que a forma com que a protagonista se senta, se move, se posiciona e luta não se encaixa tanto nas técnicas corporais (MAUSS, 2003) que são representadas e estereotipadas como femininas, mostrando uma possível quebra de paradigmas em animações do mesmo estilo. Isso também acontece com aspectos da personalidade e atitudes em relação a outros personagens, como veremos à frente. As expressões e feições de Korra não são delicadas e excessivamente infantilizadas ou sexualizadas como, por vezes, se observou nas demais super-heroínas. Exemplos foram ilustrados nas figuras 34 e 35.

Figura 34 - Avatar: Korra sentada



Figura 35 - Avatar: Korra fazendo careta



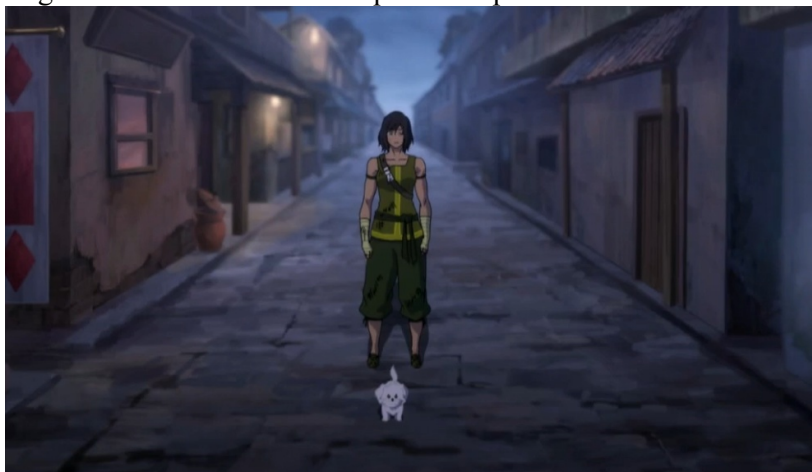
Nos cabelos da protagonista, porém, vemos resquícios das simbologias que permeiam o imaginário relacionado ao gênero feminino, ainda que ela os use quase sempre presos. Como já abordado anteriormente, o tamanho do cabelo é um dos principais itens que ajudam a determinar a identidade do gênero e a sexualidade e a sensualidade da mulher (OLIVEIRA, 2007, p.163-164). No segundo episódio da quarta temporada, ao ver que não consegue se reconectar ao seu estado de avatar, Korra decide ficar sozinha e tentar se reconectar sem a ajuda de ninguém. Para isso, se isola completamente, passa a usar outras roupas e corta as madeixas, a ponto de não ser reconhecida nas ruas. A cena em que corta o próprio cabelo com um tacape (figura 36) é curta, mas significativa para o momento de virada que está passando. Segundo Oliveira (2007, p.173), o mito da beleza “retomou sua significação de atributo sexual da representação da mulher e ancorou à cabeleira feminina sentidos que passam pela desclassificação, pela legitimação ou pela estigmatização de sua identidade”. Não à toa, é nesta passagem que vemos Korra numa crise de identidade, saindo de um período de vulnerabilidade (ela chega a usar cadeira de rodas antes disso) para recuperar suas forças por si só. Também é interessante observar que é nesta temporada que seu interesse amoroso parece mudar – depois de terminar o namoro com o *dobrador* de fogo Mako, ela se aproxima mais da amiga Asami.

Figura 36 - Avatar: Korra cortando o próprio cabelo



Diferente do que ocorre nos desenhos com modelo de “garotas mágicas”, Korra não invoca nenhuma transformação nem troca suas roupas para lutar contra os inimigos. Os movimentos mágicos se resumem ao uso de seus poderes ao fazer as “dobras”⁵⁴ de elementos. Ela está quase sempre com as mesmas roupas – nos episódios analisados, há apenas dois momentos em que a personagem troca totalmente de indumentária: quando se isola da família e amigos para não quer ser reconhecida, como mostrado na figura 37, e no último episódio, quando está numa festa com Asami (figura 38), ambos da quarta temporada. Mesmo na festa, suas vestimentas não diferem do seu estilo; ela usa um vestido azul de mangas, com um corte que expõe os ombros mas não revela muito do seu corpo, braceletes escuros e um cordão.

Figura 37 - Avatar: Korra na quarta temporada



⁵⁴ A “dobra de energia”, nesta série, é a capacidade de manipular a energia da vida dentro de um corpo. “Dobrar” seria como dominar os poderes de um elemento da natureza, por meio de movimentos de artes marciais.

Figura 38 - Avatar: Korra e Asami na festa do último episódio



3.3.2 Emoções e relações entre personagens

Korra é classificada como obstinada, rebelde, forte, mal-humorada, dedicada, destemida, independente, feroz, rápida, impulsiva, resistente, impaciente, temperamental, fechada, sarcástica e assertiva. Ela passa por uma profunda transformação em um momento de crise existencial quando perde seus poderes como avatar, entre a terceira e a quarta temporadas. Durante esse período, o espectador mergulha na solidão e na reconstrução da personagem, conhecendo melhor sua personalidade. No segundo episódio da última temporada, Korra aparece sozinha, já com os cabelos cortados e levemente machucada. A primeira imagem é de seu rosto num espelho quebrado, como se não se reconhecesse (figura 39). Ninguém sabe de seu paradeiro. Vagando pelas ruas, ela vê a si mesma quando estava lutando contra o vilão Zaheer na temporada anterior. Sua própria imagem – da Korra do passado – parece segui-la em diversos lugares, e numa dessas aparições ou alucinações, ela diz: “você de novo!” e a ataca. Em lembranças, é mostrado como Korra se recuperou da batalha com Zaheer junto à família na Tribo da Água. No início, passava dias sem dormir nem comer direito. Em uma das cenas, chora ao abraçar sua mãe. Aos poucos, vai fazendo exercícios para recuperar o movimento das pernas e pés, mas o processo é doloroso e demorado. Fica triste ao receber cartas de seus amigos, que estão com saudades e seguindo suas vidas. Quando consegue voltar a andar, escreve para a amiga Asami e pede para que ela não conte sobre a carta para os outros companheiros de luta, Mako e Bolin: “É mais fácil contar essas coisas para você, acho que eles não entenderiam”. Sutilmente, vislumbra-se que o

relacionamento com Asami lhe é mais caro e com mais afinidade – talvez por ser também mulher, talvez por haver já um interesse amoroso.

Figura 39 - Avatar: Korra no espelho



No último episódio, Korra fala mais sobre si e diz que sempre foi “atirada e determinada a ter sucesso, às vezes sem pensar bem nas coisas”. Em seguida, conta como mudou: “Depois de ter sido envenenada, eu faço qualquer coisa para me sentir no controle”. Mais uma vez, não se exploram características comumente relacionadas com as personagens femininas como visto até então. “É preciso ser dócil e frágil para ser feminina” (OLIVEIRA, 2007, p.63), e Korra não atende a essas premissas. No entanto, vê-se que o doloroso amadurecimento da protagonista lhe rendeu uma personalidade mais empática e disposta a ajudar os outros, algo que é valorizado por ela mesma. Tenzin, um de seus mestres, quando diz que Korra “transformou mais o mundo em poucos anos do que a maioria dos avatares durante a vida deles”, ela acrescenta: “Finalmente eu entendo por que tive que passar por aquilo tudo. Eu precisava entender o que era o verdadeiro sofrimento, então pude me tornar mais solidária com os outros”. Aqui, pode-se resgatar a ideia de que mulheres devem “se doar”, explorar esse lado “maternal” que é naturalizado em nossa cultura, mas também pode significar apenas uma lição de superação e um incentivo à adoção de atitudes altruístas, comum em histórias de super-heróis. “Na concepção de Joseph Campbell, o herói é o homem que conseguiu vencer suas limitações históricas pessoais e locais e, submetido a algum rito de passagem, retornou ao seu meio para ensinar as lições que aprendeu” (OLIVEIRA, 2007, p.73). É exatamente o que acontece com Korra.

No fim do mesmo episódio, há uma dica sobre a orientação sexual da personagem, cuja bissexualidade nunca foi explicitada durante a trama, mas confirmada pelos criadores da

série⁵⁵. Korra convida Asami para tirarem férias juntas, somente as duas. Ambas vão para o mundo espiritual de mãos dadas, e se olham frente a frente na última cena. Pela cena, fica subentendido que elas terminam juntas, um desfecho nada convencional para desenhos animados desse tipo, mas ainda tratando com sutileza e cautela as questões da sexualidade feminina. Como já tratado nesta pesquisa, o modelo da heterossexualidade compulsória impede que mulheres possam assumir com naturalidade e de maneira ilesa relacionamentos fora deste padrão, sendo a heteronormatividade fundamental na opressão de gênero (HARAWAY, 2004; BUTLER, 2015).

Korra se envolveu com Mako quando este era o par romântico de Asami. Após romper com Asami, Mako tornou-se o namorado de Korra, e ambas seguiram como amigas. No primeiro episódio da terceira temporada, ela conta a Asami que terminou o namoro. Asami, após dizer que Mako nunca foi “o cara mais ligado nos seus sentimentos”, revela que o beijou e pede desculpas, mas Korra ri e diz que não ficou zangada porque também havia o beijado enquanto ele ainda saía com Asami. “Seja lá o que houve com o Mako, que bom que não atrapalhou a gente. Eu nunca tive uma amiga para sair e conversar”, completa Korra. A partir disso, a relação entre as duas se intensifica cada vez mais, ainda que representada como amizade. A seguir, a figura 40 mostra a última cena do desenho, em que as duas dão as mãos e se olham, cercadas de uma luz dourada.

Figura 40 - Avatar: Korra e Asami de mãos dadas na última cena



⁵⁵ Os criadores de Avatar: A Lenda de Korra, Mike DiMartino e Bryan Konietzko, confirmaram que Korra e Asami são um casal. Disponível em: <https://www.dailydot.com/parsec/korra-bisexual-asami-finale>. Acesso em: 20 dez. 2017.

O relacionamento com Mako, no entanto, se deu de forma diferente. Logo no segundo episódio do desenho, Korra vai até a Arena República assistir a uma competição entre “dobradores” e conhece Mako e Bolin, dois dos lutadores. Bolin logo se propõe a ajudá-la e ela o felicita de forma bruta (pegando-o pela camisa como se o chamasse para briga) após a partida. Mako, no entanto, a trata com desdém por achar que é uma fã, e só passa a respeitá-la depois de perceber que ela é avatar. Korra passa, então, a fazer parte da equipe de Mako e Bolin e, apesar de se sair mal de início, consegue virar o jogo na sua primeira partida na arena. No fim do episódio, já se antevê, de maneira sutil, que Mako e Korra podem ter um envolvimento amoroso, o que fica claro dias depois. A relação às vezes parece ficar conturbada devido à personalidade de Korra. No primeiro episódio da segunda temporada, por exemplo, ao pedir uma opinião para Mako, ele diz “você deve fazer o que achar certo, apoio qualquer decisão que você tomar”, mas a jovem não gosta da resposta evasiva e fica irritada.

Figura 41 - Avatar: Korra assim que conhece Bolin



A relação de Korra com outros personagens é igualmente bruta. Ela demonstra dificuldade em reconhecer hierarquias e respeitar autoridades. No primeiro episódio da primeira temporada, a garota logo se mete em uma confusão ao chegar à Cidade República e é recebida pela chefe da polícia, Lin Beifong. “Quero falar com quem está no comando”, exige Korra, sem perceber que já estava falando com a chefe. No primeiro episódio da terceira temporada, Korra vai se explicar com a imprensa durante a coletiva com o presidente da República Unida das Nações, Raiko. Quando ele tenta culpá-la por problemas causados na temporada anterior, ela o interrompe e dispara, furiosa, pegando-o pelo queixo (figura 42): “Desculpe, eu coloquei vocês numa posição difícil ao enfrentar a força gigante de puro mal que ia destruir o mundo inteiro? Talvez a sua administração pudesse ter resolvido isso”.

Figura 42 - Avatar: Korra enfrenta o presidente Raiko



3.3.3 Atividade, habilidades e poderes em jogo

Como já apontado, Korra é uma heroína poderosa, audaciosa e insubmissa. Não só ela, mas quase todas as personagens femininas da série são fortes e independentes, lutam contra homens de igual para igual, tomam decisões e iniciativa – até mesmo Asami, que aparentemente se apresenta com características consideradas mais femininas. No entanto, a personalidade (ou, quem sabe, seja propriamente o gênero?) de Korra também faz com que, às vezes, ela não seja levada a sério como gostaria. No primeiro episódio, nota-se que os homens parecem não acreditar muito na capacidade da garota. Katara, sua treinadora e mãe de Tenzin, é a única que deposita confiança na menina e a incentiva a ir para Cidade República terminar seu treinamento. Uma cena logo no início mostra seus professores assistindo-a lutar. Enquanto a treinadora reconhece que Korra “é forte”, outro rebate: “ela não tem controle”. Ao se dirigirem a ela, ressaltam: “Desde menina, você se destaca bastante no lado físico da dominação, mas ignora completamente o lado espiritual”. A própria Korra admite: “Isso não é fácil pra mim”.

A trama reforça o quanto Korra se supera fisicamente. No mesmo episódio, ao ver três gângsters na rua, ela decide lutar com eles e os vence com facilidade. Já no episódio 13, da terceira temporada, acontece uma das batalhas mais difíceis e traumáticas para Korra. Acorrentada e forçada a invocar a força de avatar (figura 43), a heroína rompe grilhões (figura 44), voa e até levanta pedregulhos enormes ao lutar com Zaheer. No entanto, para vencê-lo, precisou da ajuda de sua família e amigos, pois estava fraca por efeito de um veneno. Dias depois do embate, Korra aparece numa cadeira de rodas, ainda se recuperando, como mostra a

figura 46. Debitada e desanimada, ela é cuidada por Asami, que arruma seu cabelo para uma cerimônia, onde acaba chorando.

Figura 43 - Avatar: Korra acorrentada



Figura 44 - Avatar: Korra se liberta



Figura 45 - Avatar: Korra usa seu poder contra Zaheer



Figura 46 - Avatar: Korra na cadeira de rodas, com Asami



Em outras passagens do desenho, é nítida a tentativa de seus treinadores, familiares e amigos de protegê-la, de certa forma infantilizando-a devido a seu temperamento impulsivo ou possível fragilidade, mesmo que a todo o momento ela se mostre uma heroína forte e livre. Korra não deixa de ser uma garota emotiva – seja expressando seus sentimentos de forma ríspida, bruta ou raivosa, seja chorando quando se sente mais vulnerável ou confusa –, mas de fato não se encaixa bem nos estereótipos delicados a que se submetem outras representações de heroínas, como as que já foram estudadas aqui.

Desta forma, entende-se que, entre os três desenhos analisados, Korra é a que mais escapa de uma visão estereotipada do gênero feminino, embora, por vezes, caia na redução da diferenciação dicotômica dos sexos e se apresente “masculinizada”. Há, no entanto, um equilíbrio entre características comumente classificadas como femininas e masculinas, além de outros atributos não necessariamente “generificados”, o que garante à heroína a impressão de uma construção única de sua personalidade e de sua imagem. O protagonismo da personagem se sustenta bem ao longo das temporadas, lhe conferindo um tipo de empoderamento que não se limita a poder individual ou individualista, mas agrega, ainda que não o tempo inteiro, a cooperação e a ação coletiva, principalmente quando se torna inspiração para outras meninas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A mídia se tornou uma instituição social com poder de perpetuar ou romper padrões de gênero, por este motivo se faz relevante questionar qual dos caminhos está tomando nesse sentido e por que – especialmente os meios audiovisuais, que usam as imagens como representações. Como lembra Maffesoli (1996, p.141), “pode-se imaginar que cada fragmento é em si significante e contém o mundo na sua totalidade. É esta a lição essencial da forma. É isto o que faz da frívola aparência um elemento de escolha para compreender um conjunto social”. Kellner ressalta a importância da análise e da discussão a respeito das imagens provenientes dos produtos culturais veiculados na mídia, buscando decodificar e distinguir suas mensagens: “É importante a capacidade de perceber as várias expressões e os vários códigos ideológicos presentes nas produções da nossa cultura e fazer uma distinção entre as ideologias hegemônicas e as imagens, os discursos e os textos que as subvertem” (KELLNER, 2001, p.424). O autor acrescenta que tal análise pode abrir brechas para mais tentativas de enfrentamento das opressões:

A cultura da mídia deve ser perfeitamente analisada, e é preciso explorar todas as possibilidades de intervir na cultura dominante como também de criar modos alternativos de cultura e discurso fora das formas e dos gêneros convencionais. [...] precisamos mapear esse novo terreno e descobrir como levá-lo a atender os objetivos de aumentar a liberdade, a felicidade, a democracia e outros valores que desejamos preservar e ampliar (KELLNER, 2001, p.430).

Os discursos da ideologia dominante, que ocupam maior parte das mensagens que circulam na indústria cultural, levam à manutenção de uma ordem compulsória que exige uma coerência entre sexo, gênero (dentro de uma estrutura binária) e desejo (heterossexual). É evidente que há diferenças biológicas entre os corpos de homens e mulheres, mas a questão que interessa e há tempos mobiliza os movimentos feministas é como este fato gera um determinismo que contamina as interações sociais e cria papéis totalmente distintos, com características criadas apenas culturalmente para reforçar as diferenças entre os gêneros como se fossem naturais e inquestionáveis. O gênero confina o sexo numa natureza a princípio imune à crítica e à desconstrução. Os modos de se representar as características e os corpos femininos, principalmente quando se trata de personagens que evocam força e protagonismo, dizem muito sobre estas diferenças e imprimem mensagens sobre como as mulheres são ou

devem ser.

Como parte de uma programação televisiva, os desenhos animados trabalham com representações cristalizadas no imaginário coletivo. Nas séries analisadas, é possível notar que os modelos corporais e de comportamento se repetem e insistem em conservar as ideias de feminilidade já estigmatizadas e que opõem a mulher ao homem. A fragilidade, a doçura, a emotividade, a sedução, a busca pelo amor, a preocupação estética, o uso preponderante de determinadas cores (tons pastéis ou muito vivos, o cor-de-rosa), as silhuetas magras e delicadas, os cabelos e penteados, a maquiagem e a quantidade de acessórios ornamentais, as roupas que revelam ou criam curvas, a hiperssexualização, a dicotomia infantilização-adultização etc. A expectativa que a sociedade tem frente às mulheres e meninas ainda é de “que sejam ‘femininas’, isto é, sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, discretas, contidas ou até mesmo apagadas” (BOURDIEU, 2007, p. 82). Apagadas no sentido de anulação perante os homens, mas que fisicamente se definam com evidências claras de que são mulheres – no caso de algumas personagens de desenhos, de forma nada discreta.

Viu-se, contudo, que há diferença entre as três animações do corpus. Há a reprodução de estereótipos de gênero em todas, mas em diferentes níveis e deixando espaço para o seu questionamento, especialmente no caso de *Avatar: a Lenda de Korra*, que apresenta, inclusive, uma protagonista fora dos padrões heteronormativos que ainda são comuns nos desenhos animados, embora sua bissexualidade seja apenas insinuada no fim da série. Korra é a “menos feminina” das protagonistas analisadas, demonstrando força e pouca delicadeza. Sua personalidade é agressiva e suas roupas não revelam sensualidade. Não parece buscar beleza (a preocupação estética é quase nula) ou amor, ainda que tenha envolvimento romântico com dois personagens durante a série, o que não distrai a atenção de outras questões da narrativa.

Winx Club é o desenho que apresenta mais traços de feminilidade em suas personagens, muitas vezes reforçando os padrões de gênero de forma acentuada. Ainda que cada winx tenha uma personalidade específica, as cores, o formato dos corpos e das roupas, o excesso de detalhes e o brilho, os acessórios, as atitudes, expressões e gestos, e até os poderes e feitiços são marcados de atributos considerados femininos. Visualmente, percebe-se um exagero desses elementos em todas as temporadas; os diálogos apresentam a mesma tônica, de forma mais sutil.

Já a personagem principal de *Miraculous: As aventuras de Ladybug* parece ser um meio termo entre as super-heroínas. Mesmo dividindo as cenas com um parceiro que a ajuda em todas as missões, Ladybug não abre mão de sua autonomia nem do controle da situação, deixando isso bem claro para o herói coadjuvante. Como Marinette, porém, as características

de menina ficam mais marcadas e evidentes, e ela se mostra mais insegura, infantil, frágil e romântica. De fato, os superpoderes que adquire após a transformação a “empoderam”, mas, como diz outra personagem durante um dos episódios analisados, uma garota não deveria precisar de um disfarce ou uniforme de super-heroína para ser “*incrível*”.

Há, portanto, um longo caminho a ser trilhado se o destino, talvez utópico, for a amortização dos estereótipos de gênero, que ainda contribuem para a sistematização de uma cultura de opressão que legitima as mais variadas formas de violência. As funções atribuídas, os corpos, personalidades e comportamentos continuam sendo moldados e representados de maneira a marcar, bem definidamente, o que uma mulher deve ser e qual o papel destinado a ela nessa cultura. Apesar de hoje se avistar uma tendência de incluir minorias sociais e exaltar a diversidade na mídia, há também permanências dentro das mudanças, como já indicava Bourdieu. “A maior mudança está, sem dúvida, no fato de que a dominação masculina não se impõe mais com a evidência de algo que é indiscutível. Em razão, sobretudo, do enorme trabalho crítico do movimento feminista” (BOURDIEU, 1998, p.124), ressalta o autor. Kellner acrescenta um contraponto otimista à questão: “A cultura veiculada pela mídia induz os indivíduos a conformar-se à organização vigente da sociedade, mas também nos oferece recursos que podem fortalecê-los na oposição a essa mesma sociedade” (KELLNER, 2001, p.11-12).

Entre as funções da mídia no capitalismo estão a manutenção do fluxo contínuo de consumo, como instrumento informativo e inerentemente ideológico. Logo, dentro da lógica patriarcal e capitalista, seria improvável romper com a ideologia dominante e transgredir efetivamente o papel social relegado às mulheres através deste espaço ou ambiência. As pessoas, principalmente as crianças, podem aprender com a TV como se comportar, o que não significa que a ela exerça ou priorize uma função de educadora em detrimento da lucrativa mercantilização do público. No entanto, até autoras feministas que reconhecem a força do patriarcado e do capitalismo na sucessiva afirmação das dicotomias e das opressões de gênero inclusive nas representações midiáticas apontam que existem alternativas possíveis aos modelos firmados, mesmo que ainda dentro de uma concepção que utiliza o gênero como parâmetro: “A rigor, não se pode, de nenhuma forma, educar a geração imatura fora do esquema de gênero. O que se pode fazer é educar os mais jovens segundo uma matriz alternativa de gênero” (SAFFIOTI, 2001, p.123). Saffioti também lembra que, por ser uma construção cultural, o que entendemos como gênero ou sexo não é imutável – “a ideologia de gênero procede através da naturalização das diferenças que, conforme já exposto, foram socialmente construídas [...] podendo, por conseguinte, ser transformadas” (SAFFIOTI, 2016,

p.390). Nesse sentido, o gênero, segundo ela, poderia se tornar algo que não aprisiona, não discrimina nem oprime. “Nos interstícios das práticas instituídas, nas margens dos discursos competentes, nas brechas da estrutura de poder/saber nascem cotidianamente novas representações, sobretudo autorrepresentações, que vão construindo o gênero em outros termos” (SAFFIOTI, 2016, p.388).

Conforme observa Sodré, “a mídia não determina coisa alguma, como se vê, mas prescreve. [...] Desta maneira, hábitos fortemente arraigados podem mudar” (SODRÉ, 2002, p.61). A pressão do público e de movimentos sociais como o feminismo é capaz de pautar questões de gênero na agenda midiática, assim como é possível criar e se aproveitar de brechas dos discursos tanto na fase de produção quanto na recepção dos programas transmitidos – especialmente com o acesso de mais mulheres a cargos executivos e de criação e direção na indústria cultural, o que ainda parece longe de atingir a equidade, num comparativo com a quantidade de homens nessas funções. O estudo *Boxed In 2016-17: Women On Screen and Behind the Scenes in Television*, realizado pela San Diego State University, já alertava que programas televisivos criados ou produzidos por mulheres tendem a ter mais personagens femininas e a empregar um número maior de profissionais do sexo feminino⁵⁶. Vale frisar que os criadores dos três desenhos analisados nesta pesquisa são homens. Em *Winx Club*, os cargos-chave da equipe de produção são massivamente preenchidos por homens. Em *Miraculous: As Aventuras de Ladybug*, há duas mulheres como roteiristas. Dos três desenhos, *Avatar: A Lenda de Korra* foi o que empregou mais mulheres em postos de criação, coordenação ou supervisão, sendo duas responsáveis pelo desenho dos personagens.

Assim como a análise das produções que já estão na mídia e de sua audiência, aquelas que sugerem ideologias de resistência e representações subversivas, ganhando destaque por meio da internet ou mesmo atuando em contextos alternativos e longe do *mainstream*, devem ser consideradas e estudadas. Além disso, a política do setor também precisa estar presente nas discussões e nas pesquisas sobre o campo da comunicação, dos estudos culturais e de gênero. Segundo Featherstone, é necessário “investigar o papel dos produtores, transmissores e disseminadores das alegadas formas novas de produção e consumo cultural” (FEATHERSTONE, 1995, p.94), levando em conta a influência das novas tecnologias e modos de transmissão de conteúdo em rede:

⁵⁶ Disponível em: http://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2017/09/2016-17_Boxed_In_Report.pdf. Acesso em: 25 jan. 2018.

Com a proliferação da cultura e da tecnologia da mídia cabe dar mais atenção à importância da política adotada no setor, bem como à necessidade de intervenção do público nos debates sobre o futuro da cultura e das comunicações nas vias (principais) de acesso à informação e (secundárias) de acesso ao entretenimento. (KELLNER, 2001, p.427).

Por fim, vale frisar a importância das análises das representações e dos estudos culturais como vetores de mudanças sociais, entre elas as propostas pelos movimentos feministas. Como defende Kellner, aprender a ler e criticar a mídia, e como resistir à sua manipulação, permitirá às pessoas fortalecerem-se frente à ideologia dominante, pois “poderão aumentar sua autonomia diante da cultura da mídia e adquirir mais poder sobre o meio cultural, bem como os necessários conhecimentos para produzir novas formas de cultura” (KELLNER, 2001, p.10).

REFERÊNCIAS

- AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. *A análise do filme*. 2. ed. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2004.
- BEAUVOIR, Simone de. *O Segundo Sexo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980. v. I-II.
- BORDO, Susan R.; JAGGAR, Alison M. (Orgs.). *Gênero, corpo e conhecimento*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1997.
- BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.
- COUTINHO, Iluska. Leitura e análise da imagem. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Org.). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.
- DUBROFSKY, Rachel E. *The Surveillance of women on reality television: Watching The Bachelor and The Bachelorette*. Londres: Lexington Books, 2011.
- DURAND, Gilbert. *O imaginário: Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem*. Rio de Janeiro: Difel, 2004.
- DYER, Richard. Stereotyping. In: DURHAM, Meenakshi Gigi; KELLNER, Douglas. *Media and cultural studies: keyworks*. Londres: Blackwell Publishing, 2006.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura do consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Nobel, 1995.
- FEDERICI, Silvia. *Revolución em punto zero: trabajo domestico, reproducción y luchas feministas*. Nova Iorque: Ed. Traficantes de sueños, 2012.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: o nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- FRASER, Nancy. O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história. *Mediações*. Londrina, v. 14, n. 2, p. 11-22, jul./dez. 2009.
- HALL, Stuart. *Da Diáspora*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.
- HARAWAY, Donna. Gênero para um dicionário marxista: a política de uma palavra. *Cadernos Pagu*, Campinas, v. 22, p. 201-246, 2004.
- JABLONSKI, Bernardo. Preconceitos, estereótipos e discriminação. In: RODRIGUES, Aroldo; ASSMAR, Eveline M. L.; JABLONSKI, Bernardo. *Psicologiasocial*. Petrópolis: Vozes, 2010.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC, 2001.

LAURETIS, Teresa de. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (Org.). *Tendências e Impasses – o feminismo como crítica da cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. Petrópolis: Vozes, 2007.

LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. In: _____. (Org.). *O corpo educado: pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes, 1996.

MAUSS, Marcel. As técnicas do corpo. In: _____. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

McROBBIE, Angela. Feminism, postmodernism and the “Real Me”. In: DURHAM, Meenakshi Gigi; KELLNER, Douglas. *Media and cultural studies: keywords*. Londres: Blackwell Publishing, 2006.

MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: neurose*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. In: XAVIER, Ismail (Org.). *A experiência do cinema*. Rio de Janeiro: Edições Graal/Embrafilme, 1983.

OLIVEIRA, Selma Regina Nunes. *Mulher ao Quadrado: As representações femininas nos quadrinhos norte-americanos: permanências e ressonâncias (1895-1990)*. Brasília: Editora UnB, 2007.

SAFFIOTI, Heleieth. Conceituando o Gênero. In: RODRIGUES, Carla; BORGES, Luciana; RAMOS, Tânia R. Oliveira (Orgs). *Problemas de gênero*. Rio de Janeiro: Funarte, 2016.

_____. Contribuições feministas para o estudo da violência de gênero. *Cadernos Pagu*. Campinas, n.16, p.115-136, 2001.

_____. *Gênero, patriarcado e violência*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. *Corpo e comunicação: sintoma da cultura*. São Paulo: Paulus, 2004.

SARDENBERG, Cecília M. B. Conceituando “Empoderamento” na perspectiva feminista. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL: TRILHAS DO EMPODERAMENTO DE MULHERES – PROJETO TEMPO, 1., 2006, Salvador. *Anais do I...* Salvador: NEIM/UFBA, 2006. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6848/1/Conceituando%20Empoderamento%20na%20Perspectiva%20Feminista.pdf>>. Acesso em: 26 jun. 2017.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação e Realidade*. Porto Alegre: v. 20, n. 2, jul./dez., 1995.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira (Org.). *A construção social das emoções: corpo e produção de sentidos na comunicação*. Rio de Janeiro: Ed. Uerj, 2015.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. Eu sou a diva que você quer copiar: corpo, gênero e interação nos videoclipes. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26., 6-9 jun. 2017, São Paulo. *Anais do XXVI Encontro Anual da Compós*. São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://lampeppgcom.files.wordpress.com/2017/06/eu-sou-a-diva-q-vc-quer-copiar.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2018.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear em rede*. Petrópolis: Vozes, 2002.

SWAIN, Tania Navarro. Por falar em liberdade... In: STEVENS, Cristina; OLIVEIRA, Susane Rodrigues de; ZANELLO, Valeska (Orgs.). *Estudos feministas e de gênero: articulações e perspectivas*. Ilha de Santa Catarina: Mulheres, 2014.