
**Protagonismo feminino em animação:
gênero, corpo e suas representações na indústria audiovisual¹**

Mônica Vitória dos Santos Mendes²

Denise da Costa Oliveira Siqueira³

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Resumo

Com base em coleta de dados, observação e análise de animações da grade de programação televisiva brasileira e de produções cinematográficas recentes, este artigo objetiva estudar o protagonismo feminino nos desenhos animados atuais. Investiga-se de que forma as representações veiculadas nessas produções reproduzem, questionam ou reforçam estereótipos de feminilidade que se aliam a valores patriarcais e demandas mercadológicas. Partindo de um entendimento de gênero como construção social, busca-se analisar as heroínas – e seus corpos – nesse tipo de produção audiovisual, a fim de observar como seu protagonismo é fabricado e identificar que discursos veiculam. O trabalho se fundamenta em estudos sobre gênero, com leituras de Heleieth Saffioti, Teresa de Lauretis e Laura Mulvey, e sobre mídia e cultura, sobretudo a partir de Edgar Morin e Douglas Kellner.

Palavras-chave: gênero; mulher; desenho animado; representações; políticas do corpo.

Introdução

A partir da década de 1980, quando se ampliaram as críticas feministas a estereótipos de gênero, ampliou-se também, em diversidade, o protagonismo de personagens femininos em produções audiovisuais como os desenhos animados. Aos poucos, princesas e personagens sem atributos ou ocupações que não fossem o cuidado com a beleza e com a vida doméstica passaram a dividir espaço com heroínas com habilidades, responsabilidades e valores antes reservados aos homens. Tais heroínas representariam pontos de vista feministas ou apenas reproduziriam estereótipos do que é ser mulher em um mundo constituído em grande parte por sociedades que ainda levam

¹Trabalho apresentado no GP Estéticas, políticas do corpo e gêneros do XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Mestre em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Graduada em Comunicação Social / Jornalismo (Universidade Federal Fluminense). Jornalista do Instituto Nacional de Educação de Surdos (INES).

³Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA/USP), com estágio pós-doutoral em Sociologia na Université Paris-Descartes. Professora associada do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ. Pesquisadora do CNPq e líder do grupo de pesquisa Corps: corpo, representação e espaço urbano.

em conta o sexo para dividir, hierarquizar e discriminar?

Modelos difundidos 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 de discursos. Por isso, a importância de se examinar as representações veiculadas em programas infanto-juvenis. “Embora muitos ainda pensem nesses programas como entretenimento descomprometido, é interessante pensá-los como entretenimento comprometido com valores, com visões de mundo” (SIQUEIRA, 2014, p. 80). Afinal, 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” (KELLNER, 2001, p.13). Kellner destaca que o fundamental é a contextualização dessas produções para sua análise e interpretação.

O gênero masculino, socialmente aceito como neutro (o que fica patente em desenhos com animais antropomórficos, por exemplo), passou a ceder espaço aos primeiros personagens femininos de destaque em animações⁴ que costumavam caracterizá-los, em sua maioria, como princesas – como as clássicas figuras de Walt Disney. Posteriormente, ainda que perdessem a realeza, tais personagens eram marcadas por características culturais e especificamente atribuídas ao gênero feminino, a “feminilidade”.

Observa-se que discursos que ocupam grande parte das mensagens circulantes no entretenimento midiático levam à manutenção de uma ordem compulsória que exige uma coerência entre sexo, gênero (dentro de uma estrutura binária) e desejo (heterossexual). Apesar das evidentes diferenças biológicas entre os corpos de homens e mulheres, a questão que interessa e há tempos mobiliza os movimentos feministas é como esse fato contamina as interações sociais e cria papéis distintos, com características criadas culturalmente para reforçar as diferenças entre os gêneros como se fossem naturais.

Teresa de Lauretis (1994, p. 208) entende o gênero como uma representação e uma construção social, uma categoria que representa não um indivíduo, mas uma relação social. É um produto de diversas tecnologias sociais (como o cinema, a literatura, a TV) que se dispõe a normatizar a conduta das mulheres, encaixando-a em

⁴Duas das primeiras protagonistas de destaque em animações foram Branca de Neve e Betty Boop, na década de 1930.

padrões comportamentais rígidos. Tais tecnologias constituem técnicas e estratégias discursivas. Assim, a construção do gênero é tanto o produto quanto o processo de sua representação (LAURETIS, 1994).

Ficção inspirada no real, os desenhos animados dizem muito sobre os papéis de gênero na sociedade e ajudam a entendê-los e a questioná-los. A naturalização desses papéis ainda é reproduzida em obras audiovisuais e literárias e legitima estruturas de dominação, mesmo com todas as reivindicações feministas recentes quando personagens femininos passam a dividir um espaço que antes era reservado aos homens, em uma arena de lutas simbólicas. Qual, afinal, é esse espaço, por que é tão difícil conquistá-lo e em que medida ele é ou não suficiente para que as heroínas não fiquem mais à sombra do protagonismo masculino? Que mensagens e que valores estão sendo transmitidos ao público por meio da representatividade feminina nessas produções?

Este artigo foi elaborado a partir de pesquisa⁵ que, em um período de dois anos, analisou episódios de três desenhos animados lançados internacionalmente na última década e que apresentam protagonistas femininas (*Winx Club*; *Miraculous: As Aventuras de Ladybug*; *Avatar: A Lenda de Korra*) e informações da grade de programação atual na televisão brasileira e de produções cinematográficas recentes. Foram utilizados aqui referenciais teóricos e dados coletados que serviram de base à pesquisa original.

A conquista de um novo protagonismo – e o que ele pode significar

A quantidade de animações com personagens femininos dotados de habilidades, valores e responsabilidades geralmente conferidas aos heróis de ficção aumentou consideravelmente entre as décadas de 1980 e 1990 (OLIVEIRA, 2007). Mais tarde, na década de 2000, tal movimento ainda se estendeu com novos desenhos em que super-heroínas lideravam as histórias, muitas vezes em grupo. Observa-se nestas produções um protagonismo feminino que até então surgia timidamente em casos isolados entre as séries animadas, com certa independência em relação a personagens masculinos. 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 infanto-

⁵Pesquisa realizada para elaboração de dissertação de mestrado apresentada em março de 2018 no PPGCom/UERJ.

juvenil insinuam também outra tendência. Ainda prevalecem os desenhos que são 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 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 os gêneros feminino e masculino e suas identidades pretensamente antagônicas. Nos desenhos atuais tudo isso permanece muito vívido. A apresentação de histórias e personagens, além de categorizada, tem elementos visuais (as cores, o brilho) e temáticos que se destacam do neutro e se contrapõem ao que é masculino ou considerado “para meninos” – como se o feminino precisasse ser explicitamente caracterizado.

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 a padrões de beleza e feminilidade contemporâneos, como se vê em revistas, filmes, videoclipes e novelas. Quando o público-alvo dos desenhos animados é composto por meninas, a adultização e a fetichização das personagens fazem sentido tanto dentro de uma perspectiva midiática quanto dentro de uma lógica patriarcal que não só objetifica sexualmente as mulheres, mas as encoraja a se objetificar (MORIN, 2002). Afinal, a indústria cultural também pede o consentimento das mulheres e espera seduzi-las para a feminilidade (LAURETIS, 1994).

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 criados e oferecidos pouco a pouco: bonecas e brinquedos inspirados nas histórias, material escolar, roupas, artigos para festas, sem mencionar os anunciantes que patrocinam a exibição. A quantidade de desenhos com heroínas na programação televisiva ainda não acompanha a dos que apresentam protagonistas masculinos – e os que persistem repetem à lógica de consumo que aponta um retrocesso sob o ponto de vista de muitas autoras feministas. Como afirma Nancy Fraser (2009, p.23), o neoliberalismo mudou drasticamente (de forma negativa) o terreno no qual o feminismo operava, o que levou a uma resignificação 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” (2009, p.14).

Inseridas em uma cultura androcêntrica que as submete ao poder patriarcal, as mulheres foram durante muito tempo sub-representadas nas artes e na cultura, reduzidas aos estereótipos de gênero e vistas como coadjuvantes. O progressivo aumento de personagens femininas em destaque nas produções midiáticas acompanhou, de certa maneira, o avanço do feminismo. Protagonistas 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 objetivo, segundo o criador, era criar um padrão de feminilidade forte, que questionasse a suposta inferioridade das mulheres perante os homens e estimulasse a autoconfiança nas meninas, de forma a encorajá-las a seguir profissões e atividades monopolizadas por homens⁶.

Após 75 anos de difusão pela literatura infanto-juvenil, 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 sexualizada⁷. Não se pode deixar de citar o filme *Mulher Maravilha*, lançado em 2017 e os inúmeros produtos licenciados associados à personagem nos últimos anos, que ajudaram a alçá-la como um símbolo do “poder feminino” para consumidoras de variadas faixas etárias.

Morin identifica nos personagens femininos 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 continuaram a integrar as representações. Segundo ele, a emancipação se daria 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 midiáticas, a mulher costumava ter um apelo visual com

⁶ Disponível em: <http://www.newyorker.com/magazine/2014/09/22/last-amazon>. Acesso em: 25 de julho de 2017.

⁷ 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.

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. Nas histórias em quadrinhos, o processo de mudança de perfil das personagens femininas acontece de forma semelhante. “Se a ascensão das mulheres nos quadrinhos as retirou do posto de donzelas em perigo ou donas de casa conformadas, não as livrou de suas ‘origens’: o olhar e a mente masculina” (SIQUEIRA; VIEIRA, 2008, p.189). E por mais que possam refletir um ideal contemporâneo de mulher, essas personagens foram, “em sua maioria, idealizadas por homens e para homens, segundo o que eles vêem e entendem do sexo feminino, e provavelmente atuaram como veículos da expressão sexual de seus autores e do desejo de exibir o considerado imoral e proibido” (SIQUEIRA; VIEIRA, 2008, p.189).

O valor decorativo, que permeia o “mito da beleza”, relacionando o feminino ao belo, justifica a abundância de personagens dentro de padrões estéticos difíceis de alcançar. 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.

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*”⁸ (McROBBIE, 2006, p.530). Assim, em vez de mostrar às meninas e mulheres que 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

⁸ “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” (tradução livre).

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, as mulheres têm uma presença muito menor que os homens na frente e 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*⁹. 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. Por outro lado, 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 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*)¹⁰. 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*)¹¹, afirma que apenas 18% dos funcionários de alto escalão nas maiores produções cinematográficas recentes de Hollywood são mulheres. Dos 250 principais filmes de

⁹ Disponível em: http://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2017/09/2016-17_Boxed_In_Report.pdf. Acesso em: 25 de jan de 2018.

¹⁰ Disponível em: http://womenintvfilm.sdsu.edu/files/2014-15_Boxed_In_Report.pdf. Acesso em: 25 de jan de 2018.

¹¹ Disponível em: http://womenintvfilm.sdsu.edu/wp-content/uploads/2018/01/2017_Celluloid_Ceiling_Report.pdf. Acesso em: 25 de jan de 2018.

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. Por isso, além das representações que aparecem nas produções, a política do setor precisa estar presente nas discussões e nas pesquisas sobre o campo da comunicação, dos estudos culturais e de gênero, levando em conta também a influência das novas tecnologias.

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*¹² - realizada pelo Geena Davis Institute on Gender in Media, a Organização das Nações Unidas Mulheres e a Fundação Rockefeller - com filmes lançados entre 2010 e 2013. No levantamento, apenas 23,3% das obras apresentavam uma menina ou mulher no papel principal.

Tratando especificamente das animações televisivas atuais, os números continuam mostrando o gênero feminino como minoria. Ao analisar a grade de programação dos canais dedicados a desenhos animados no Brasil¹³, o de maior audiência¹⁴, Discovery Kids, é o que tem a porcentagem “mais equilibrada”: cerca de 40% das produções têm protagonistas femininas. No terceiro canal infanto-juvenil mais visto no segundo semestre de 2017¹⁵, 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), os personagens femininos protagonizam menos de 20% dos desenhos – o mesmo acontece no Nickelodeon¹⁶. 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

¹² Disponível em: <http://seejane.org/wp-content/uploads/gender-bias-without-borders-executive-summary.pdf>. Acesso em: 25 de jan de 2018.

¹³ 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.

¹⁴ 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.

¹⁵ 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.

¹⁶ 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: magras, de pele clara ou morena, cabelos compridos, lisos ou ondulados, sem deficiências aparentes.

admirada ou desejada do que pela força de seus feitos ou personalidade. Tomando os filmes hollywoodianos como foco, a crítica cinematográfica feminista Laura Mulvey 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.

Vale frisar que a maioria dos criadores dos desenhos animados atuais ainda é de homens, assim como acontece nos demais programas televisivos e no cinema, o que pode influenciar diretamente no modo como as representações femininas surgem na tela. O estudo *Boxed In 2016-17: women on screen and behind the scenes in television*, alerta que programas televisivos criados ou produzidos por mulheres tendem a ter mais personagens femininas e a empregar um número maior de profissionais do sexo feminino¹⁷.

Segundo Mulvey, a presença da mulher em tais produções “tende a congelar o fluxo da ação em momentos de contemplação erótica” (1983, p.444), principalmente quando o olhar do criador é masculino. A autora cita o desequilíbrio entre gêneros que governa o mundo e faz com que o prazer no olhar seja dividido entre ativo/masculino e passivo/feminino, sendo o primeiro o determinante, que “projeta sua fantasia na figura feminina, estilizada de acordo com essa fantasia”. Desta forma, as mulheres representadas 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).

Mudanças e subversão dos padrões em novos desenhos

Saffioti (2001, p.123) observa que, “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”. 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).

Recentemente, animações como *Valente* e *Frozen - uma aventura congelante*,

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

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 desganhados, 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, trajes e trejeitos típicos das personagens femininas. Neste caso, a crítica feminista valorizou a trama e a relação entre as irmãs do filme, que ressalta a forte amizade delas e coloca em segundo plano os relacionamentos amorosos com personagens masculinos. Contudo, os elementos imagéticos da feminilidade estão ali presentes, mais uma vez. E como a maioria das princesas Disney, as irmãs são belas, brancas e magras.

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 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 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 alguns personagens 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. Os personagens considerados femininos não se encaixam em um padrão corporal específico e as roupas, tons de pele e 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 hoje¹⁸, *As meninas superpoderosas*, que conta a história de três meninas criadas em laboratório. Outro desenho famoso da mesma época foi *Três espãs demais*, que seguiu o modelo de grupo de garotas e uma roupagem mais parecida com a série norte-americana *As panteras*, criada na década de 1970. Em 2006, foi lançada mais uma animação exibida na TV aberta, a cabo e no Netflix, a australiana *H2O: meninas sereias*, em que três adolescentes vão para uma ilha e se tornam sereias.

W.I.T.C.H., produção de 2006 inspirada na série italiana de história em quadrinhos homônima, e a também italiana *Winx Club*, com temporadas de 2004 a 2017, contam as aventuras de grupos de garotas (bruxas e fadas, respectivamente) que ganham poderes mágicos associados aos elementos da natureza para lutar contra vilões. Recentemente, surgiram *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. Em todos esses exemplos de heroínas, no entanto, não se vê diferença nos padrões estéticos e corporais, e estereótipos comportamentais seguem constantes, por mais distintas que sejam as personalidades das personagens.

Na grade infantil, há produções que parecem questionar lugares comuns com mais ênfase em termos de representatividade, como *Nina Perguntadeira*, série francesa transmitida pelo canal Globo desde 2013 e protagonizada por uma menina de 9 anos que

¹⁸ 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.

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.

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. O mapeamento da grade de programação e das produções atuais é uma forma de identificar os progressos nesse sentido, entender que ideologias preenchem aquele espaço e ver o que precisa ser discutido, questionado, transformado, desenvolvido. “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).

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. Haveria, portanto, uma possibilidade de representações femininas subversivas estarem latentes num “*space-off*” (LAURETIS, 1994) – nas contrapráticas, nas margens e brechas dos discursos hegemônicos? Personagens femininos e considerados 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. Nesse sentido, o gênero poderia se tornar algo que não aprisiona, não discrimina nem oprime. “Nos interstícios das práticas instituídas, [...] 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).

Considerações finais

A pressão do público e de movimentos sociais como o feminismo é capaz de pautar questões de gênero na agenda midiática. Também parece 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, em um comparativo com a quantidade de homens nessas funções.

A mídia se tornou uma instituição social com poder de perpetuar ou romper padrões de gênero. A análise do entretenimento e seus produtos é fundamental para intervir politicamente e subverter tais padrões. Partindo do pressuposto de que os desenhos animados trabalham com representações cristalizadas no imaginário coletivo, é possível notar que os modelos corporais e de comportamento nos desenhos citados 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 são aspectos que reforçam estereótipos de gênero. A expectativa que as sociedades patriarcais e capitalistas hoje têm 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.

Os modos de se representar as características e os corpos femininos dizem muito sobre as diferenças e imprimem mensagens sobre como as mulheres são ou devem ser. Tais estereótipos de gênero podem contribuir para a sistematização de uma cultura de opressão que legitime 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, os papéis destinados às mulheres nessa cultura.

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 mídia de entretenimento como se comportar - o que não significa que ela exerça ou priorize uma função de educadora.

No entanto, até autoras feministas (SAFFIOTI, 2016) que reconhecem a força do patriarcado e do capitalismo na sucessiva afirmação das dicotomias e das opressões de gênero apontam que existem alternativas possíveis aos modelos firmados, mesmo que ainda dentro de uma concepção que utiliza o gênero como parâmetro. Vale frisar a importância das análises das representações e dos estudos culturais como vetores de mudanças sociais, entre elas as propostas pelos movimentos feministas. Aprender a ler e criticar a mídia, e a como resistir à sua manipulação, permitirá às pessoas fortalecerem-se frente a ideologias.

Assim como a análise das produções que já estão na mídia e de sua audiência, aquelas que sugerem ideologias de resistência e representações subversivas devem ser consideradas e estudadas. Além disso, viu-se que a maior participação feminina também nos bastidores é primordial para garantir representatividade, protagonismo e uma propagação de representações menos estereotipadas.

Referências

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

FRASER, Nancy. O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história. **Mediações**. Londrina, v. 14, n. 2, p. 11-22, jul./dez. 2009.

JABLONSKI, Bernardo. Preconceitos, estereótipos e discriminação. In: RODRIGUES, Aroldo; ASSMAR, Eveline M. L.; JABLONSKI, Bernardo. **Psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2010.p. 135-163.

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.p. 206-242.

McROBBIE, Angela. Feminism, postmodernism and the “Real Me”. In: DURHAM, Meenakshi Gigi; KELLNER, Douglas. **Media and cultural studies: keywords**. Londres: Blackwell Publishing, 2006.p. 520-532.

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

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. p.437-453.

OLIVEIRA, Selma Regina Nunes. **Mulher ao quadrado: as representações femininas nos quadrinhos norte-americanos: permanências e ressonâncias (1895-1990)**. Brasília: EdUnB, 2007.

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

_____. Conceituando o Gênero. In: RODRIGUES, Carla; BORGES, Luciana; RAMOS, Tânia R. Oliveira (Orgs). **Problemas de gênero**. Rio de Janeiro: Funarte, 2016. p.385-394.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. Divas: corpo, performance e gênero em videocliques. In: CHIARA, Ana et al. **Bioescritas, biopoéticas: corpo, memória e arquivos**. Porto Alegre: Sulina, 2017. p. 318-334.

_____. Mídia, educação e entretenimento: a produção de sentidos na divulgação da ciência. In: TAVARES, Denise, REZENDE, Renata (orgs). **Mídias e divulgação científica: desafios e experimentações em meio à popularização da ciência**. Rio de Janeiro: Ciências e cognição, 2014. p. 76-91.

SIQUEIRA, D.C.O.S.; VIEIRA, M.F. De comportadas a sedutoras: representações da mulher nos quadrinhos. **Comunicação, mídia e consumo**, v.5, n.13, 2008, p. 179-197.