

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

Faculdade de Medicina

Mestrado Profissional em Promoção da Saúde e Prevenção da Violência

Cibele Vieira Feital

**REPRESENTAÇÕES DE MASCULINIDADES EM IMAGENS
PUBLICITÁRIAS E VIOLÊNCIAS CONTRA AS MULHERES NAS DÉCADAS
DE 1950 E 2000**

Belo Horizonte

2021

Cibele Vieira Feital

**Representações de masculinidades em imagens publicitárias e violências contra as
mulheres nas décadas de 1950 e 2000**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Profissional em Promoção da Saúde e Prevenção da Violência, da Faculdade de Medicina da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Promoção da Saúde e Prevenção da Violência.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Sara de Pinho Cunha Paiva

Belo Horizonte

2021

F311r Feital, Cibele Vieira.
Representações de masculinidades em imagens publicitárias e violências contra as mulheres nas décadas de 1950 e 2000 [manuscrito]. / Cibele Vieira Feital. - - Belo Horizonte: 2021.
135f.: il.
Orientador (a): Sara de Pinho Cunha Paiva.
Área de concentração: Promoção da Saúde e Prevenção da Violência.
Dissertação (mestrado): Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Medicina.

1. Publicidade. 2. Masculinidade. 3. Violência contra a Mulher. 4. Dissertação Acadêmica. I. Paiva, Sara de Pinho Cunha. II. Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Medicina. III. Título.

NLM: BF 692.5



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
CENTRO DE PÓS GRADUAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROMOÇÃO DE SAÚDE E PREVENÇÃO DA VIOLÊNCIA/MP

ATA DA DEFESA DA DISSERTAÇÃO DA ALUNA: CIBELE VIEIRA FEITAL

Realizou-se, no dia 30 de setembro de 2021, às 09:00 horas, Plataforma online, da Universidade Federal de Minas Gerais, a defesa de dissertação, intitulada *Representações de masculinidades em imagens publicitárias e violências contra as mulheres nas décadas de 1950 e 2000*, apresentada por CIBELE VIEIRA FEITAL, número de registro 2019713971, graduada no curso de SERVIÇO SOCIAL, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em PROMOÇÃO DE SAÚDE E PREVENÇÃO DA VIOLÊNCIA, à seguinte Comissão Examinadora: Prof(a). Sara de Pinho Cunha Paiva - Orientador (UFMG), Prof(a). Maria Ignez Costa Moreira (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.), Prof(a). Myrian Fatima de Siqueira Celani (UFMG) e Prof(a). Paulo Roberto Ceccarelli (UFMG).

A Comissão considerou a dissertação:

Aprovada

Reprovada

Finalizados os trabalhos, lavrei a presente ata que, lida e aprovada, vai assinada por mim e pelos membros da Comissão.

Belo Horizonte, 30 de setembro de 2021.

Prof(a). Sara de Pinho Cunha Paiva (Doutora)

Prof(a). Maria Ignez Costa Moreira (Doutora)

Prof(a). Myrian Fatima de Siqueira Celani (Doutor)

Prof(a). Paulo Roberto Ceccarelli (Doutor)



Documento assinado eletronicamente por **Myrian Fatima de Siqueira Celani, Professora do Magistério Superior**, em 24/09/2021, às 22:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Sara de Pinho Cunha Paiva, Professora do Magistério Superior**, em 30/09/2021, às 18:45, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Maria Ignez Costa Moreira, Usuário Externo**, em 02/12/2021, às 16:29, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Paulo Roberto Borges Seccarelli**, Usuário Externo, em 07/12/2021, às 16:05, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 5º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site

[https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?](https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)

[acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0](https://sei.ufmg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0975455** e o código CRC **876F50B2**.

*Para minha sobrinha Sofia e meu
sobrinho Gabriel, amores da minha
alma, desejando, de todo meu coração,
que vivam em um mundo mais justo,
equânime e feliz.*

AGRADECIMENTOS

Não seria eu escrevendo se não começasse agradecendo à todas as deusas e todos os deuses, todas as yabás e todos os babás, todas as guardiãs e todos os guardiões, todos os anjos e arcanjos, todos os elementais, todas as entidades e todas as manifestações do divino e do sagrado por toda força, toda luz, todo Amor e toda ajuda que obtive ao longo desta conquista. Como escrito no livro dos Provérbios: “*O temor do Senhor é o princípio da sabedoria*”.

Não seria justa e amorosa se não agradecesse, de toda minha alma e de todo meu coração, à Paty, por todo seu Amor, cumplicidade, apoio, escuta, ajuda, compreensão e amizade. Sem você essa dissertação simplesmente não existiria. Todo meu Amor e minha gratidão a você!

Agradeço à Sara, minha orientadora, que nunca cerceou minha criatividade, me fornecendo estímulo e autonomia, sempre me apoiando e incentivando. Seus elogios foram bálsamos em momentos áridos.

Agradeço à Lisinha, minha mãedra e minha doutoranda favorita, por todas as dicas, orientações, escuta, opiniões e trocas. Miro-me em você!

Agradeço também ao Júnio, melhor irmão do mundo! Tão inteligente, sempre respondendo minhas dúvidas. A parte histórica aqui tem suas mãos também. Sua escuta, amizade, apoio, ajuda e opiniões são tesouros em minha vida.

Agradeço à minha irmã Janaína por ser um exemplo de força e resiliência e por ser meu primeiro exemplo de feminista. À minha irmã Paula, agradeço a contribuição no que tange à moda e por ser a alegria de nossa família.

E por fim, mas não menos importante, agradeço às amigas Eliete, Mariana, Nesir e Shirley e ao amigo Jonh por me acalmarem e acreditarem em mim. O incentivo, a escuta, as trocas e as preces de vocês foram fundamentais. Vocês são incríveis!

Se o povo é constituído por uma complexa interação entre performance, imagem, acústica e todas as diversas tecnologias envolvidas nessas produções, então a “mídia” não apenas transmite quem o povo afirma ser, mas se inseriu na própria definição de povo. Ela apenas não auxilia essa definição, ou a torna possível; ela é o material da autoconstituição, o lugar da luta hegemônica sobre quem “nós” somos.

(BUTLER, 2019, p. 26)

RESUMO

Esta dissertação analisou como os homens e as masculinidades foram representadas em imagens presentes em campanhas publicitárias das décadas de 1950 e 2000 e como essas trouxeram ou não características e configurações de identidades que podem influenciar as violências cometidas contra as mulheres. Objetivou, além disso, compreender se a representação dos homens se assemelhava ou não em décadas tão distintas social, cultural e historicamente e em que medida a observação de algumas categorias de identidades puderam ter variado ou não. Nesse sentido, usando a pesquisa documental, a iconologia e a análise de conteúdo se analisou e refletiu sobre a produção e publicação de cinco peças publicitárias de cada período (1950-1959 e 2000-2009) que expressaram e contribuíram para a formação de estereótipos e hegemonias acerca das masculinidades e como isso pode estar relacionado com as violências contra as mulheres. As reflexões feitas permitiram delinear algumas conclusões: as imagens fornecem informações (ainda que apropriadas, controladas, objetificadas, fragmentadas e, sobretudo, reificadas, daquilo que foi experienciado no real), mas também modificam e ampliam nossas ideias sobre o que vale a pena olhar e sobre o que temos o direito de observar. A partir das análises feitas, foi possível explicitar também que imagens contidas em peças publicitárias ao longo das décadas de 50 do século XX e da primeira década dos anos 2000 variaram pouco no que tange aos enquadramentos dos homens e suas categorias de identidades e contribuíram e reforçaram para a propagação e massificação de vertentes das masculinidades que corroboram para as violências contra as mulheres. As imagens podem reforçar e desenvolver uma posição moral e ética – especialmente diante da inexistência de uma consciência política apropriada – portanto, o uso de imagens nas quais os masculinos são mostrados, compartilhados e publicizados como detentores de atributos que contribuem para abusos, violências e dominação impostas às feminilidades deve ser punido e banido. É preciso educar para que as pessoas consigam ler, questionar e formular novos conceitos. É urgente se responsabilizar pelas imagens que são criadas e compartilhadas e, especialmente, sobre os efeitos que as mesmas produzem sobre as vidas e as existências, pois sabe-se que é a partir da crítica às imagens que surgem as imagens críticas, demolidoras do binarismo e da hegemonia.

Palavras-chave: Décadas de 1950 e 2000. Imagens. Masculinidades. Violências contra as mulheres.

ABSTRACT

Representations of masculinities in advertising images and violence against women in the 1950s and 2000s

This dissertation analyzed how men and masculinities were represented in images present in advertising campaigns from the 1950s and 2000s and how these brought or not characteristics and configurations of identities that can influence the violence committed against women. Furthermore, knowing the representation of men was similar in decades that were so different socially, culturally and historically and to what extent the observation of some categories of identities might have varied or not. In this sense, using documentary research, iconology and content analysis, we evaluated and reflected on the production and publication of five advertising pieces from each period (1950-1959 and 2000-2009) that expressed and contributed to the formation of stereotypes and hegemonies about masculinities and how this can be related to violence against women. The reflections made allowed us to draw some conclusions: the images provide information (albeit appropriate, controlled, objectified, fragmented and, above all, reified, of what was experienced in reality), but they also modify and expand our ideas about what is worth looking at and what we have a right to observe. Based on the analysis, it was also possible to clarify those images contained in advertising pieces throughout the 50s of the 20th century and the first decade of the 2000s varied little with regard to the framing of men and their categories of identities and contributed and reinforced for the propagation and massification of aspects of masculinities that contribute to violence against women. Images can reinforce and develop a moral and ethical position – especially in the absence of an appropriate political conscience – therefore, the use of images in which males are shown, shared and publicized as holders of attributes that contribute to abuse, violence and domination imposed on femininities should be punished and banned. It is necessary to educate so that people can read, question and formulate new concepts. It is urgent to take responsibility for the images that are created and shared and, especially, for the effects they produce on lives and existences, as it is known that critical images arise from the criticism of images, demolishing binary and of hegemony.

Keywords: 1950s and 2000s. Images. Masculinities. Violence against women.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 – Propaganda Van Heusen.....	88
Figura 2 – Propaganda Chase & Sanborn.....	91
Figura 3 – Propaganda Mrs. Leggs.....	93
Figura 4 – Propaganda Budweiser, 1958.....	94
Figura 5 – Propaganda Budweiser corrigida, 2019.....	96
Figura 6 – Propaganda Sweaters Drummond.....	96
Figura 7 – Propaganda Natan.....	102
Figura 8 – Propaganda Gucci.....	103
Figura 9 – Propaganda Jimmy Choo.....	105
Figura 10 – Propaganda Dolce & Gabbana.....	106
Figura 11 – Propaganda Duncan Quinn.....	108

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Signos em comparação.....	111
--------------------------------------	-----

SUMÁRIO

PRÓLOGO.....	14
1. INTRODUÇÃO.....	16
2. OBJETIVO GERAL.....	21
2.1 Objetivos específicos.....	21
3. CONCEITOS GERAIS E REVISÃO DA LITERATURA.....	22
3.1. Sobre imagens.....	22
3.2. Sobre masculinidades.....	45
3.3 Sobre violências.....	61
4. METODOLOGIA.....	73
5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	81
5.1 Os anos 50 do século XX e as imagens selecionadas para análise.....	83
5.2 Os anos 2000 e as imagens selecionadas para análise.....	99
5.3 Os masculinos em comparação: décadas tão diferentes, representação de homens semelhantes, violência iguais.....	110
6. CONCLUSÕES.....	115
REFERÊNCIAS.....	123
APÊNDICE.....	129

PRÓLOGO

Em retrospectiva, percebo que meu interesse por imagens remonta quando conheci, na graduação, o clássico de Philippe Ariès – *História Social da Criança e da Família* – e me encantei pela iconografia. A possibilidade de estudar obras de arte associando às mesmas história e ciência me aproximaram de um mundo que eu desconhecia. Além disso, lembro-me de refletir bastante sobre o real e as imagens que se formam em nossas telas mentais ou em telas exteriores a nós, na imensa maioria das vezes recortes fantasiosos do real.

Contudo, o tema desta dissertação parece ser um fruto da pandemia. Explico-me: ingressei no mestrado objetivando estudar homens e violências contra as mulheres, mas de preferência de uma maneira quantitativa, pois os números também me fascinam e eu me lembrava, até então, bem pouco da iconografia. Com o começo da pandemia e quando ainda eram novidades as aulas e os cursos *online*, fiz um intenso curso sobre feminismo, o qual me possibilitou retomar bases importantes e aprender muito. Além disso, comecei a acessar com maior frequência os conteúdos disponibilizados por uma linguista chamada Janaína Martins Viscardi¹ e aprendi sobre análise de discursos, que por sua vez, me levou à análise de conteúdo e à lembrança da monografia de um grande amigo, Johnathan Barros Mendes que junto com sua colega Carina Bruna Silva Costa² usaram a análise de conteúdo para comprovar como discursos religiosos influenciavam a manutenção da cultura cisheteronormativa.

A pandemia, com seu necessário isolamento social, ressaltou ainda mais as vivências e debates *online* e lembro que num dos grupos que eu participava certa vez circulou um vídeo no qual uma mulher sofria uma grave agressão física numa praça, em plena luz do dia. Muitas pessoas apenas olhavam, outras gravavam e fotografavam, mas nenhuma delas interveio. Pelo menos, é o que posso afirmar até onde o vídeo compartilhado permitiu ver. No grupo, muito se discutiu, mas a opinião da professora Myrian Fátima de Siqueira Celani se destacou para mim, pois ela questionava exatamente o porquê de ninguém intervir, as motivações de algumas pessoas que escolheram gravar,

¹ Para acessar, sugiro <https://www.youtube.com/channel/UC9h2vDtQXEiD004aVubsYYA>.

² A influência dos discursos religiosos na manutenção da cultura cisheteronormativa: uma análise de conteúdo, trabalho de conclusão de curso, apresentado ao curso de Psicologia, do Instituto de Ciências Humanas do Centro Universitário UNA, em 2018. Orientadora: Prof.^a Dr.^a Andréa Moreira Lima.

mas não ajudar a mulher. Por que as pessoas escolhem gravar e fotografar a intervir? Essa pergunta me fez lembrar da cena na qual uma mulher se destacou por esforçar-se em salvar a vida de um motorista de caminhão preso nas ferragens durante o grave acidente de helicóptero que vitimou o jornalista Boechat. Esta mulher foi fotografada se esforçando para ajudar o motorista e no enquadramento da fotografia havia também um homem com o celular fotografando ou filmando a cena. Ou seja, são duas pessoas que escolheram fazer imagens (a que aparece dentro do enquadramento e a outra que fotografa), sem contribuir com o salvamento. Por que fizeram essas escolhas e não a que parece mais óbvia e até louvável?

Até então eram inquietações e reflexões de uma mente em isolamento social, quando em setembro de 2020, o Conselho Municipal dos Direitos da Mulher de Uberlândia/MG promoveu um debate *online* com as pesquisadoras Mayã Gonçalves Fernandes e Ana Carolina Lima Ferreira. Com o tema “Imagem e violência: um olhar feminista”, a fala da pesquisadora Mayã me propiciou a junção das minhas inquietações sobre imagens estáticas e em movimento e a enorme preferência por estas na contemporaneidade (em detrimento da ação, inclusive), a iconografia, a análise de conteúdo, as masculinidades e as violências contra as mulheres. Foi um presente a fala potente e mais ainda o material compartilhado com várias sugestões bibliográficas.

A partir de então fui delimitando meu campo de pesquisa com a liberdade de criar e as contribuições de minha orientadora e também da banca de qualificação. Fui lendo e pesquisando sobre os temas que perpassam esta dissertação, pesquisando imagens e mais imagens e cada vez mergulhando mais fundo nesse universo mágico (seguindo as definições de Flusser destacadas mais adiante). De forma que posso afirmar que me esforcei para inovar e o olhar sobre os homens/masculinos/machos e a relação da representação destes com as violências contra as mulheres pode sinalizar algo nesse sentido. Além do mais, trata-se de um campo vasto, inquietante e apaixonante que estenderei meu olhar e reflexões com certeza. Portanto, a quem devo a honra de ser lida nesta dissertação, posso afirmar que em breve novos trabalhos, aperfeiçoando e alargando este, lhe serão também oferecidos.

1. INTRODUÇÃO

A humanidade permanece, de forma impenitente, na caverna de Platão, ainda se regozijando, segundo seu costume ancestral, com meras imagens da verdade. (SONTAG, 2004, p. 13)

Platão (Atenas, 428 a.C. - 347 a.C.), no tão conhecido Mito/Alegoria da Caverna, propõe a Glauco, seu interlocutor, que imagine uma caverna onde há pessoas presas desde a infância e acorrentadas de tal forma que somente conseguem olhar para frente. Atrás delas uma fogueira as ilumina e entre as pessoas presas e o fogo, há um tapume ou um muro. Outras pessoas (não presas) passam por esse muro segurando figuras de homens e animais, algumas dessas pessoas conversam, outras passam em silêncio. Dessa forma, as pessoas presas vêm unicamente as imagens projetadas e apenas ouvem os ecos das palavras que vêm de fora. Acreditam, assim, que tudo de verdadeiro e real que existe é o que veem e ouvem.

Contudo, em dado momento, uma dessas pessoas se liberta e sai da caverna; tem a vista ofuscada pela luz do sol, sofre, fica confusa e julga que antes (na escuridão da caverna) vislumbra com mais realidade e verdade. Porém, gradualmente passa a ver o real, não apenas imagens e passa a compreender também com exatidão o que acontecia na caverna. Vê com a ajuda da luz clara e radiante do sol e não mais apenas imagens de objetos projetadas pela flamejante luz do fogo, num jogo de luz e sombra.

Vale lembrar ainda que na caverna eram premiados aqueles que melhor distinguiram as sombras das imagens, assim ter visto o real pode favorecer o liberto, mas aquele que vislumbrou a luz do sol preferirá o anonimato e até possíveis sofrimentos a viver da maneira antiga.

No decorrer do Mito/Alegoria da Caverna, contudo, aquele que se libertou é obrigado a retornar e é tido como cego e louco por aqueles que nunca viram a luz. Aqueles que seguem presos ameaçam com a morte quem os forçasse a mesma jornada daquele que fora liberto.

E no decorrer do diálogo, o próprio Platão explica a Glauco que a caverna é o mundo; aquele que se libertou é a alma que se eleva ao mundo inteligível e nos

[...] extremos limites do mundo inteligível está a ideia do bem, a qual só com muito esforço se pode conhecer, mas que, conhecida, se impõe à razão como causa universal de tudo o que é belo e bom, criadora da luz e do sol no mundo visível, autora da inteligência e da verdade no mundo invisível, e sobre a qual, por isso mesmo, cumpre ter os olhos fixos para agir com sabedoria nos negócios particulares e públicos (PLATÃO, 1956, p. 291).

Não se objetiva, de forma alguma, nesse trabalho adentrar a discussão filosófica do Bem e outras nuances que o texto permite, mas o objetivo de trazer Platão e seu mito tão conhecido aqui serve para ponderar acerca das correntes que podem aprisionar grupos inteiros e, principalmente, provocar uma reflexão sobre as imagens formadas que parecem ser reais, são até formadas a partir de figuras e alegorias do real, mas estão longe de serem fidedignas a tudo que a realidade pode mostrar com a ajuda da luz do conhecimento. E mais, essas imagens podem distorcer a realidade e manter grupos inteiros sob um véu ilusório, com a falácia da realidade e do não sofrimento, como se viver acorrentado e iludido fosse confortável e benéfico.

As imagens construídas pela projeção de objetos colocados diante da tênue luz do fogo na era platônica podem ser transportadas para a contemporaneidade em todas as fotos, desenhos e imagens diversas que são vistas e compartilhadas à exaustão com a ajuda da *internet* e das diversas redes sociais que ocupam os dias e noites da imensa maioria das pessoas ocidentalizadas. Fernandes (2020a), citando Flusser, esclarece que as “imagens técnicas, ao definir uma fotografia, são produzidas e compartilhadas em nossa sociedade de modo frenético, em que a tendência é a obsolescência da escrita em prol das imagens fotográficas”. E Medeiros (2018, p.139), citando Médola, Araújo e Bruno, afirma que “[...] a cultura contemporânea é, em muitos aspectos, uma cultura da imagem”. Mais à frente e dessa vez citando Arlindo Machado, o autor destaca que

[...] as imagens, a partir de meados do século XX, começaram a se multiplicar em progressão geométrica: elas estão presentes em todos os lugares, invadem nossa vida cotidiana, inclusive a mais íntima, influenciam nossa práxis com sua pregnância ideológica, subtraem a civilização da escrita, erradicam o gosto pela leitura e anunciam um novo analfabetismo e a morte da palavra. (MEDEIROS, 2018, p. 140)

Medeiros (2018, p. 141) esclarece ainda que as imagens servem para que o mundo seja representado e para que possamos nos orientar no mundo; e citando Flusser, reforça o conceito de imagem, mas também explicita os desafios de seu uso:

Imagens são mediações entre o homem e o mundo. [...] Imagens têm o propósito de lhe [ao homem] representar o mundo. Mas, ao fazê-lo, entropõem-se entre o mundo e o homem. Seu propósito é serem mapas do mundo, mas passam a ser biombos. O homem ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado em conjunto de cenas. (grifo nosso)

E assim, tratando de um dos desafios do universo imagético, é preciso pontuar sobre a veracidade das imagens, seja na época de Platão, seja na contemporaneidade, a

[...] opacidade da fotografia-documento faz parte de um programa, que reafirma a sua própria validade. Essa constatação desmancha a certeza que sempre tivemos: a imagem fotográfica não é essencialmente uma verdade. [...] a veracidade do documento depende de uma estrutura externa. [...] a fotografia-documento, que possui como intenção o registro objetivo do que aconteceu, pode corroborar na sustentação de uma ordem social, política e cultural vigente em nossa sociedade. (FERNANDES, 2020a)

Assim sendo, coloca-se em xeque a veracidade das imagens produzidas e questiona-se: todas as imagens vistas na caverna platônica, e por extensão na contemporaneidade, se referem a uma projeção mal-acabada e distorcida da realidade, validada por uma estrutura externa? E mais: todo esse material é o máximo de visualização permitida a todo um grupo de pessoas presas desde a infância? Esse grupo de pessoas (muito numeroso por sinal) julga mesmo estar vendo o quadro completo e real? Esse mesmo grupo de pessoas recusa-se a caminhar para fora da caverna e vislumbrar a realidade? As imagens que registram algo que aconteceu servem para sustentar o que está estabelecido?

Acredita-se que essas perguntas podem remontar também ao inegável papel pedagógico das imagens, sobre o qual Fernandes (2020c) afirma que

[...] com o auxílio da mídia e das redes sociais, as imagens, principalmente as fotográficas, ganham destaque como fontes de informação. Para além disso, elas legitimam e naturalizam histórias de horror [...] Uma saída viável para utilizar os efeitos pedagógicos da imagem é aprender e ensinar a ler as imagens. [...] as pessoas sabem fotografar, criam e compartilham imagens com facilidade. Porém, não sabem interpretar sua própria criação. [...] É imprescindível que ao utilizar a internet um maior número de pessoas estejam cientes das discussões acerca da imagem e sobre seus efeitos na sociedade. Não podemos correr o risco de naturalizar a violência, mas educar para que as pessoas consigam ler, questionar e formular novos conceitos. Talvez essas imagens possam ser também utilizadas como mapas para ler o mundo e a partir disso conseguir modificá-lo. [...] não devemos deixar de pensar em atitudes éticas, que questionem e sejam reflexivas sobre o compartilhamento de informações. [...] Essas atitudes não solucionam o problema, mas chamam para si a responsabilidade da disseminação de imagens que colocam a vida dos outros em risco, porque é essencial deixar de reafirmar os mecanismos do opressor por meio das imagens.

A citação acima introduz, assim, o problema principal desta dissertação e a pergunta mais inquietante que se tentou responder e que se relaciona à relação dessa suposta e falaciosa realidade formada por imagens para a produção de ações violentas (como matar quem ousar fazer o grupo subir à luz, na era platônica). Traz-se, dessa forma, a reflexão acerca da importância de se decifrar quais (pré) conceitos e concepções as

imagens querem reforçar ou negar, de se responsabilizar pelas imagens que são criadas e compartilhadas e, especialmente, sobre os efeitos que as mesmas produzem sobre as vidas e as existências.

Nesse sentido, recorre-se novamente à Fernandes (2020a) que aponta

[...] o estranhamento de entender a fotografia-documento como uma mentira é justamente compreender os mecanismos que a legitimam. [...] a verdade para a fotografia-documento é forjada com o apelo a convicção do espectador, pois a fotografia precisa menos de semelhança ou de exatidão do que de convicção. Evidencia-se essa estrutura para que não sejamos ingênuos em acreditar que as imagens são neutras.

Assim sendo, esforços foram empreendidos para demonstrar que além de imagens não serem neutras, elas podem retratar uma série de características importantes de uma época, de um momento histórico e que as representações feitas dos homens podem reforçar aspectos da masculinidade hegemônica que contribuem para as violências cometidas contra as mulheres. A pesquisa exploratória demonstrou que muito se olha para as mulheres e como essas são representadas em imagens que compõem campanhas publicitárias diversas, os homens também são vistos ainda que com uma frequência menor que as mulheres, mas pouco se associa as configurações e as representações de identidades masculinas propagadas e reforçadas com as violências.

Com relação à estrutura desta dissertação, fez-se a opção de no próximo item especificar acerca do objetivo geral e dos objetivos específicos que a nortearam. No capítulo subsequente, procedeu-se à conceituação de termos e ideias importante para o tema aqui tratado, bem como fazer a revisão da literatura. Assim, se discorreu acerca das imagens, das masculinidades e violências. Partindo de Sontag e Butler, muitas autoras e muitos autores se somaram dentro das três temáticas elencadas. A seguir, detalhou-se a metodologia utilizada ou melhor, os métodos, visto que a iconologia, se somou à pesquisa documental e análise de conteúdo. Logo em seguida apresentou-se o material de análise e os resultados alcançados, de maneira concomitante, bem como as categorias de análise e a comparação entre as décadas elencadas. O capítulo seguinte relacionou-se às reflexões e conclusões que puderam ser feitas e por último deliberou-se em colocar na forma de apêndice outras imagens que durante a pesquisa emergiram, mas que não foram usadas visto não estarem dentro do recorte de tempo e *corpus* feitos nesta dissertação. Nos capítulos 2 e 3 há conceitos importantes e acredita-se que ficaram explicitadas nos mesmos algumas escolhas feitas, como o uso dos termos no plural, por exemplo.

Bom, deseja-se que a leitura desta dissertação seja agradável, assim como foi pesquisar e escrevê-la. Mas, o que ainda mais se espera é que haja uma saída da caverna para o mundo real e iluminado e que essa se faça o mais rápido possível, para grupos crescentes de pessoas, com muitas reflexões, estranhamentos e ponderações acerca das imagens que nos cercam, compreendendo que quanto mais reflexivas e analíticas, mais contribuirão para a construção de uma nova realidade. Realidade essa cada vez mais projetada sem nenhum tipo de ameaça a quem ousa sair da caverna e encarar as intempéries e até alguns sofrimentos ao encarar a realidade e a luz, como compensação para uma nova visão e um novo paradigma, sem ilusões, distorções e também sem a produção de nenhum tipo de violência e, ou acorrentamento/prisão.

2. OBJETIVO GERAL

O objetivo geral desta dissertação é analisar e refletir sobre a produção e publicação de imagens contidas em peças publicitárias ao longo das décadas de 50 do século XX e da primeira década dos anos 2000, que parecem ter contribuído para a formação e o reforço de estereótipos e hegemonias acerca das masculinidades, em que medida a representação dos homens se assemelham ou não em décadas tão distintas social, cultural e historicamente e como isso pode estar relacionado com as violências diversas cometidas contra as mulheres.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Dentro do escopo do objetivo geral, como objetivos específicos tem-se:

- analisar como as imagens vinculadas por grandes e importantes marcas retratam e definem um tipo de homem que traz características e configurações de identidades que acabam por influenciar as violências cometidas contra mulheres;
- comparar como os homens foram retratados e enquadrados em peças publicitárias produzidas e publicizadas entre 1950-1959 e 2000-2009, contextos concebidos como completamente diferentes e em que medida a observação de algumas categorias de identidades podem ter variado ou não.

3. CONCEITOS GERAIS E REVISÃO DA LITERATURA

A busca e construção de um referencial teórico acerca de imagens, masculinidades e violências é muito vasto e desafiador. Na mesma proporção é inquietante e apaixonante, dada a importância e a atualidade do tema na contemporaneidade. Optei, então, por seguir algumas orientações recebidas em palestras por estudiosos no tema e comecei por dois nomes: Susan Sontag e Judith Butler. Ao longo dos meses, vários outros autores foram se somando e acerca das produções dos mesmos que contribuíram para meus estudos e reflexões que essa parte da dissertação se dedicará.

3.1 Sobre imagens

Mallarmé, o mais lógico dos estetas do século XIX, disse que tudo no mundo existe para terminar num livro. Hoje, tudo existe para terminar numa foto. (SONTAG, 2004, p. 35)

Vilém Flusser (Praga, 1920-1991), filósofo checo-brasileiro, estudou acerca da filosofia da comunicação e da produção artística. Em *A Filosofia da Caixa Preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia*, publicado em São Paulo no ano de 1983, Flusser traz reflexões e conceitos importantes.

De maneira superficial, na Física, um acontecimento é definido como um ponto no espaço-tempo que por sua vez é uma única variedade de quatro dimensões (três de espaço e uma de tempo) e remetendo-se à essa definição que Flusser traz o conceito de imagem:

Imagens são superfícies que pretendem representar algo. [...] As imagens são, portanto, resultado do esforço de se abstrair duas das quatro dimensões de espaço-tempo, para que se conservem apenas as dimensões do plano. [...] Em outros termos: imaginação é a capacidade de codificar fenômenos de quatro dimensões em símbolos planos e decodificar as mensagens assim codificadas. Imaginação é a capacidade de fazer e decifrar imagens. [...] O significado da imagem encontra-se na superfície e pode ser captado por um golpe de vista. No entanto, tal método de deciframento produzirá apenas o significado superficial da imagem. Quem quiser “aprofundar” o significado e restituir as dimensões abstraídas, deve permitir à sua vista vaguear pela superfície da imagem. Tal vaguear pela superfície é chamado *scanning*. (FLUSSER, 2009, p. 07)

A imagem, assim, representa um acontecimento no qual a profundidade e o tempo são desconsiderados, restando altura e largura. Contudo, a imaginação³ é usada para criar e elucidar essa representação, em seu aspecto raso. Para aprofundar em seu significado, segundo Flusser, é preciso escanear essa superfície e devolver as dimensões de tempo e profundidade àquele acontecimento por meio da imaginação.

O filósofo e historiador de arte Georges Didi-Huberman (Saint-Étienne, 1953) traz uma definição para imagem que parece complementar à de Flusser por retomar a dimensão do tempo à mesma: “A imagem é um *ponto sensível* exemplar da história, do pensamento, do conhecimento, até mesmo da ação política. A imagem é o lugar onde tudo é possível, tanto o pior como o melhor, e que devemos atravessar num momento ou noutro”. (2017, pp. 96 e 97)

Com relação ao significado desse ponto sensível, desse lugar onde tudo é possível, Flusser traz um conceito importante e explicativo, muito diferente daquele que o senso comum lhe atribui. Dessa forma, em Flusser, *magia* é a “existência no espaço-tempo do eterno retorno” (2009, p.77). Nota-se, assim, que Flusser faz menção ao pensamento de *looping* dos acontecimentos da vida presente trazido por Nietzsche, no século XIX. A doutrina do eterno retorno é complexa e não se pretende adentrar à mesma, mas ressalta-se que em um de seus aspectos pode ser considerada como certo processo seletivo, certo mecanismo que atribui valor aos acontecimentos da vida e os separa em aqueles que se relacionam ao êxito e aqueles que se relacionam ao fracasso. Assim,

O significado das imagens é o contexto mágico das relações reversíveis. O caráter mágico das imagens é essencial para a compreensão das suas mensagens. Imagens são códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas. Não que as imagens *eternalizem* eventos; elas substituem eventos por cenas. E tal poder mágico, inerente à estruturação plana da imagem, domina a dialética interna da imagem, própria a toda mediação, e nela se manifesta de forma incomparável. (FLUSSER, 2009, p. 08)

Outra autora que também faz menção à magia descrita e conceituada em Flusser é Susan Sontag (Nova York, 1933-2004). Para Sontag (2004, p. 27), “[...] todos esses usos talismânicos das fotos exprimem uma emoção sentimental e um sentimento implicitamente mágico: são tentativas de contatar ou de pleitear outra realidade”.

³ De acordo com o site <https://origemdapalavra.com.br/palavras/imaginacao/> (acesso em 18/07/2021), a origem da palavra imaginação vem do latim *imaginari*, que pode ser compreendida como formar uma imagem mental de algo, deriva-se de *imago*, imagem, representação e possui a mesma raiz de *imitari*, que é copiar, fazer semelhante. E Didi-Huberman ensina: “Para saber é preciso imaginar”, [...] “Isto é inimaginável”. Para acrescentar depois, “logo devo imaginá-lo apesar de tudo”. (2017, p. 93)

Além disso, nota-se que em Sontag a eternalização dos acontecimentos pela imagem aparece em um pouco diferente de Flusser visto a mesma parece não considerar o eterno retorno da mesma forma e assim um evento pode ser findado no mundo real, mas nunca no mundo-imagem. Desse modo, Sontag escreve:

Tirar fotos estabeleceu uma relação voyeurística crônica com o mundo, que nivela o significado de todos os acontecimentos. [...] Após o fim do evento, a foto ainda existirá, conferindo ao evento uma espécie de imortalidade (e de importância) que de outro modo ele jamais desfrutaria. Enquanto pessoas reais estão no mundo real matando a si mesmas ou matando outras pessoas reais, o fotógrafo se põe atrás de sua câmera, criando um pequeno elemento de outro mundo: o mundo-imagem, que promete sobreviver a todos nós. (SONTAG, 2004, pp. 21 e 22)

As definições adaptadas por Flusser das Ciências Naturais para a Filosofia vão se somando como, por exemplo, a entropia – que pode ser entendida como desordem relativa à uma forma de organização e não como bagunça – e que reforçam a doutrina do eterno retorno.

Imagens são superfícies sobre as quais circula o olhar. *Aparelhos* são brinquedos que funcionam com movimentos eternamente repetidos. *Programas* são sistemas que recombina constantemente os mesmos elementos. *Informação* é epícolo negativamente entrópico que deverá voltar à entropia da qual surgiu. Quando refletimos sobre os quatro conceitos-chave, estamos no chão do eterno retorno. (pp. 71 e 72)

Flusser, segue se aprofundando e traz definições poéticas, reforçando o caráter de representação do mundo que as imagens trazem, mas que está deturpado uma vez que o ser humano tem vivido em função das imagens e acreditando que elas refletem a realidade, assim como na caverna de Platão.

Imagens são mediações entre homem e mundo. O homem “existe”, isto é, o mundo não lhe é acessível imediatamente. Imagens têm o propósito de representar o mundo. Mas, ao fazê-lo, entropem-se entre mundo e homem. Seu propósito é serem mapas do mundo, mas passam a ser biombos. O homem, ao invés de se servir das imagens em função do mundo, passa a viver em função de imagens. Não mais decifra as cenas da imagem como significados do mundo, mas o próprio mundo vai sendo vivenciado como conjunto de cenas. Tal inversão da função das imagens é idolatria. Para o idólatra – o homem que vive magicamente –, a realidade reflete imagens. [...]. Trata-se de alienação do homem em relação a seus próprios instrumentos. O homem se esquece do motivo pelo qual imagens são produzidas: servirem de instrumentos para orientá-lo no mundo. Imaginação torna-se alucinação e o homem passa a ser incapaz de decifrar imagens, de reconstituir as dimensões abstraídas. (FLUSSER, 2009, p. 09)

O ser humano, alienado e alucinado, não consegue mais decodificar as imagens e nem restituir as duas dimensões que fogem ao plano e que foram suprimidas na superfície da cena.

Susan Sontag publicou *Sobre Fotografia* em 1977, mas a atualidade e assertividade de suas reflexões faz pensar que poderia ter sido escrito e publicado recentemente. Esse livro foi premiado com o *National Book Critics Circle Award* e, suas contribuições ao tema escolhido dialogam com o texto de introdução dessa dissertação e se refere à diferença entre a realidade e as imagens que emergem da realidade. Assim, Sontag (2004, p. 169) esclarece que a “realidade sempre foi interpretada por meio das informações fornecida pelas imagens; e os filósofos, desde Platão, tentaram dirimir nossa dependência das imagens ao evocar o padrão de um modo de apreender o real sem usar imagens”. Nota-se, assim, que as imagens são apenas uma forma, não muito apreciada por grandes pensadores, para a apreensão e interpretação da realidade. Contudo, uma forma muito utilizada, não exclusiva e que talvez não seja a mais apropriada para interpretar o real. E as razões para tanto, são esclarecidas por Sontag ao citar o filósofo alemão Ludwig Andreas Feuerbach:

[...] Feuerbach observa a respeito da “nossa era” que ela “prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser” – ao mesmo tempo que tem perfeita consciência disso. [...] uma sociedade se torna “moderna” quando uma de suas atividades principais consiste em produzir e consumir imagens, quando imagens têm poderes excepcionais para determinar nossas necessidades e relação à realidade e são, elas mesmas, cobichados substitutos da experiência em primeira mão se tornam indispensáveis para a saúde da economia, para a estabilidade do corpo social e para a busca da felicidade privada. (SONTAG, 2004, pp. 169 e 170)

Nota-se, dessa forma, que se remonta a algo semelhante à caverna platônica, certo fascínio e ilusão que as imagens provocam em detrimento do real, as imagens passam a ser substitutas das experiências e vai mais além ao evocar a necessidade que se tem das imagens, como imprescindíveis, mas também como produto (fabricado e consumido) e ainda como pressuposto para o ingresso na modernidade.

As imagens podem substituir as experiências a tal ponto que a realidade e as imagens produzidas a partir dela podem ser apreendidas e compreendidas como sinônimos. Pode ser desafiante e até difícil para algumas pessoas ou grupos – notadamente as mais jovens⁴ e, talvez por isso, mais imersas em imagens – diferenciar e distanciar uma imagem da realidade da qual a mesma emerge. Na verdade, a “[...] possibilidade de um mundo-imagem estar tomando o lugar do mundo real continua a fazer eco, como no caso de Feuerbach, ao menosprezo platônico pela imagem: verdadeira na

⁴ Medeiros (2018, p. 150), citando Fernanda Bruno, informa que “[...] pelo menos, nove em cada dez jovens possuem uma conta em uma rede social onde compartilham suas produções de fotos, vídeos, textos etc. em um processo de vigilância e visibilidade”.

medida em que se assemelha a algo real, falsa porque não passa de uma semelhança”. (SONTAG, 2004, p. 171)

A imagem pode ser um fragmento, uma fração, um recorte do real. Ela apenas se assemelha à realidade, e semelhança não pode ser compreendida como sinônimo de igualdade. Contudo, a miscelânea entre imagem e realidade, remonta a tempos imemoriais e Sontag, dessa vez citando um dos mais famosos historiadores da arte, pontua que:

Quanto mais retrocedemos na história, como observou E. H. Gombrich, menos nítida será a distinção entre imagens e coisas reais; nas sociedades primitivas, a coisa e sua imagem eram apenas duas manifestações diferentes, ou seja, fisicamente distintas, da mesma energia do espírito. Daí advém a suposta eficácia das imagens para propiciar e ganhar controle sobre presenças poderosas. Esses poderes, essas presenças, estavam nelas.

Para os defensores do real, desde Platão até Feuerbach, equiparar a imagem à mera aparência – ou seja, supor que a imagem é absolutamente distinta do objeto retratado – faz parte do processo de dessacralização que nos separa de modo irrevogável do mundo dos tempos e dos lugares sagrados em que se acreditava que uma imagem participava da realidade do objeto retratado. (SONTAG, 2004, p. 171)

Assim, ao dessacralizar a imagem, a separamos do real, da qual não passa de mera aparência.

Contudo, as fotos

[...] são apreciadas porque dão informações. Dizem o que existe, fazem um inventário. [...] Mas, nas situações em que a maioria das pessoas usa as fotos, seu valor como informação é da mesma ordem que o da ficção. [...] As fotos foram vistas como um modo de dar informações às pessoas que não têm facilidade para ler. (SONTAG, 2004, p. 32)

Sontag, assim, remonta ao pressuposto platônico, pois as pessoas que não têm facilidade para ler podem ser comparadas às pessoas que não têm facilidade para ver, e meios mais simples (mas também incompletos e distorcidos) são fornecidos a essas pessoas para apreensão da realidade.

Essa incompletude e fragmentação proporcionadas pelas imagens e das informações que delas emergem, metaforicamente, se assemelham à visualização da ponta do *iceberg*, mas sem a projeção e a compreensão que um imenso bloco de gelo, infinitamente maior do que aquilo que se vê, está submerso nas águas do oceano.

Por meio de fotos, o mundo se torna uma série de partículas independentes, avulsas; e a história, passada e presente, se torna um conjunto de anedotas e de *faits divers*. A câmera torna a realidade atômica, manipulável e opaca. (...) Toda foto tem múltiplos significados; de fato, ver algo na forma de uma foto é enfrentar um objeto potencial de fascínio. A sabedoria suprema da imagem fotográfica é dizer: “Aí está a superfície. Agora imagine – ou, antes, sinta, intua

– o que está além, o que deve ser a realidade, se ela tem esse aspecto”. (SONTAG, 2004, p. 33)

As reflexões e os entendimentos sobre realidade e imagem vão além e retomando a questão relativa à semelhança, Sontag esclarece que

[...] uma foto não é apenas semelhante ao seu tema, uma homenagem a seu tema. Ela é uma parte e uma extensão daquele tema; e um meio poderoso de adquiri-lo, de ganhar controle sobre ele. [...] mediante máquinas que criam imagens e duplicam imagens, podemos adquirir algo como informação (e não como experiência). (SONTAG, 2004, p. 172)

Nesse ponto, começa-se a exploração da diferenciação de algo muito importante. O real é uma experiência. Experimenta-se a realidade. Mas, uma imagem fornece informações e pode-se adquirir o controle de algo através das imagens, pode-se apropriar daquilo que se tornou imagem.

Significa pôr a si mesmo em determinada relação com o mundo, semelhante ao conhecimento – e, portanto, ao poder. [...] Imagens fotografadas não parecem manifestações a respeito do mundo, mas sim pedaços dele, miniaturas da realidade que qualquer um pode fazer ou adquirir. (SONTAG, 2004, pp. 14 e 15)

Em Sontag, descobrimos ainda que as imagens além de reduzirem o mundo, também contribuem para que o real seja reutilizado de uma maneira diferente:

A fotografia não apenas reduz o real, recicla-o – um procedimento fundamental numa sociedade moderna. Na forma de imagens fotográficas, coisas e fatos recebem novos usos, destinados a novos significados, que ultrapassam as distinções entre o belo e o feio, o verdadeiro e o falso, o útil e o inútil, bom gosto e mau gosto. A fotografia é um dos principais meios de produzir esse atributo, conferindo às coisas e às situações, que apaga aquelas distinções: “o interessante”. O que torna uma coisa interessante é que ela pode ser vista como parecida, ou análoga, a outra coisa. (SONTAG, 2004, p. 191)

Além da redução e da reciclagem, há ainda a dominação do real pelas imagens:

Fotos são um meio de aprisionar a realidade, entendida como recalcitrante, inacessível; de fazê-la parar. Ou ampliam a realidade, tida por encurtada, esvaziada, perecível, remota. Não se pode possuir a realidade, mas pode-se possuir imagens (e ser possuído por ela). (...). Possuir o mundo na forma de imagens é, precisamente, reexperimentar a irrealidade e o caráter distante do real.” (SONTAG, 2004, p. 180)

No sentido de reexperimentar o irreal e seu caráter distante, Daniel Boorstin sintetiza a relação entre realidade e imagem:

Estamos tão acostumados às nossas ilusões que, doravante, nós as tomamos como a realidade. Nós as exigimos. E exigimos que estas ilusões sejam cada vez melhores, maiores, mais brilhantes. Elas são o universo de nossa fabricação: o universo da imagem. [...] Nós sofremos essencialmente não por causa de nossos vícios e fraquezas, mas por nossas ilusões. Somos obcecados

não pela realidade, mas por estas imagens através das quais nós fizemos substituir esta última. (BOORSTIN, 2003, p. 03)

Essa obsessão pelas imagens que caracterizam a ilusão da realidade se explica uma vez que as imagens distorcem, ou melhor, são incapazes de fornecer compreensão da realidade, pois elas levam unicamente à aceitação da realidade e Sontag elucida que compreensão se relaciona à capacidade de negar a aparência tão fornecida pelas imagens.

A fotografia dá a entender que conhecemos o mundo se o aceitamos tal como a câmera o registra. Mas, isso é o contrário de compreender, que parte de não aceitar o mundo tal como ele é aparenta ser. Toda possibilidade de compreensão está enraizada na capacidade de dizer não. Estritamente falando, nunca se compreende nada a partir de uma foto. (SONTAG, 2004, p. 33)

E para completar ainda mais, Sontag associa a compreensão ao funcionamento que somente pode ser apreendido no fluxo do tempo e reforça o poder de compreensão fornecido, dessa forma, pela narrativa.

[...] a representação da realidade pela câmera deve sempre ocultar mais que revela. [...] Em contraste com a relação amorosa, que se baseia na aparência, a compreensão se baseia no funcionamento. E o funcionamento se dá no tempo e deve ser explicado no tempo. Só o que narra pode levar-nos a compreender. (SONTAG, 2004, p. 34)

E adentrando no repasse dessas informações e em como as imagens exercem um controle diferenciado da escrita, da narrativa, afirma-se que a fragmentação do real pelas imagens fornece um tipo de informação diferente e, portanto, uma forma diferente de controle. As imagens fornecem informações quando a escrita é ineficaz ou inatingível. A vivência do real nos fornece experiências, a escrita e as imagens nos fornecem informações. Mas, as informações advindas das imagens exercem um controle diferenciado pela fragmentação.

A realidade como tal é redefinida – como uma peça para exposição, como um registro para ser examinado, como um alvo para ser vigiado. A exploração e a duplicação fotográficas do mundo fragmentam continuidades e distribuem os pedaços em um dossiê interminável, propiciando dessa forma possibilidades de controle que não poderiam sequer ser sonhadas sob o anterior sistema de registro de informações: a escrita. (SONTAG, 2004, p. 173)

Essas informações instauram uma nova forma de apreensão da realidade – com Judith Butler, um pouco mais a frente, o termo apreensão ficará melhor definido – e mais ainda, instauram uma nova forma de controle, desde o que será transformado em imagem e o que não será, e o que será apropriado e o que não o será. E não podemos nos enganar, pois “[...] o progresso da fotografia tornou ainda mais literal o sentido em que uma foto permite o controle sobre a coisa fotografada”. (SONTAG, 2004, p. 173)

Ao nos ensinar um novo código visual, as fotos modificam e ampliam nossas ideias sobre o que vale a pena olhar e sobre o que temos o direito de observar. Constituem uma gramática e, mais importante ainda, uma ética do ver. Por fim, o resultado mais extraordinário da atividade fotográfica é nos dar a sensação de que podemos reter o mundo inteiro em nossa cabeça – como uma ontologia de imagens. (SONTAG, 2004, p. 13)

Assim sendo, é preciso evidenciar que “fotografar é apropriar-se da coisa fotografada” (SONTAG, 2004, p. 14), e que o ato de fotografar apesar de ser não interventivo, é extremamente participativo. Criar imagens fortalece o que está em foco, é estar em cumplicidade, mesmo que aquilo que está sendo fotografado (e hoje compartilhado) faça parte da dor ou sofrimento de outra pessoa.

Fotografar é, em essência, um ato de não intervenção. Parte do horror de lances memoráveis do fotojornalismo contemporâneo [...] decorre da consciência de que se tornou aceitável, em situações em que o fotógrafo tem de escolher entre uma foto e uma vida, opta pela foto. A pessoa que interfere não pode registrar; a pessoa que registra não pode interferir. [...] Mesmo que incompatível com a intervenção, num sentido físico, usar uma câmera é ainda uma forma de participação. Embora a câmera seja um posto de observação, o ato de fotografar é mais do que uma observação passiva. A exemplo do voyeurismo sexual, é um modo de, pelo menos tacitamente, e não raro explicitamente, estimular o que estiver acontecendo a continuar a acontecer. Tirar uma foto é ter um interesse pelas coisas como elas são, pela permanência do status quo (pelo menos enquanto for necessário para tirar uma “boa” foto), é estar em cumplicidade com o que quer que torne um tema interessante e digno de se fotografar – até mesmo, quando for esse o foco de interesse, com a dor e a desgraça de outra pessoa. (SONTAG, 2004, pp. 22 e 23)

A participação e a cumplicidade do fotógrafo, e acrescentamos aqui outros profissionais, como publicitários, *designers*, analistas de mídias sociais, analistas de *trendings*, entre outros, com relação às imagens que criam e fazem circular e das consequências das mesmas foi tema também trazido por Flusser, que coloca aos fotógrafos à capacidade de responder à pergunta acerca do espaço para a liberdade:

[...] interesse dos homens vai se transferindo do mundo objetivo para o mundo simbólico das informações: sociedade informática programada; como o pensamento, o desejo e o sentimento vão adquirindo caráter de jogo em mosaico, caráter robotizado; como o viver passa a alimentar aparelhos e ser por eles alimentado. O clima de absurdo se torna palpável. Aonde, pois, o espaço para a liberdade? Eis que descobrimos, à nossa volta, gente capaz de responder à pergunta: fotógrafos. Gente que já vive o totalitarismo dos aparelhos em miniatura; o aparelho fotográfico programa seus gestos, automaticamente, trabalhando automaticamente em seu lugar; age no “setor terciário”, brincando com símbolos, com imagens; seu interesse se concentra sobre a informação na superfície das imagens, sendo que o objeto “fotografia” é desprezível; seu pensamento, desejo e sentimento tem caráter fotográfico, isto é, de mosaico, caráter robotizado; alimentam aparelhos e são por eles alimentados. Não obstante, os fotógrafos afirmam que tudo isto não é absurdo. Afirmam serem livres, e nisto, são protótipos do novo homem. (FLUSSER, 2009, pp. 74 e 75)

Contudo, para Flusser, a liberdade afirmada pelos fotógrafos é alienação, exceto para os profissionais que se opõem ao aparelho⁵:

Os fotógrafos são inconscientes da sua práxis. A revolução pós-industrial, tal como se manifesta, pela primeira vez no aparelho fotográfico, passou despercebida pelos fotógrafos e pela maioria dos críticos de fotografia. Nadam eles na pós-indústria, inconscientemente. Há, porém, uma exceção: os fotógrafos assim chamados experimentais; estes sabem do que se trata. Sabem que os problemas a resolver são os *da imagem, do aparelho, do programa e da informação*. Tentam, conscientemente, obrigar o aparelho a produzir imagem informativa que não está em seu programa. Sabem que sua práxis é estratégia dirigida contra o aparelho. Mesmo sabendo, contudo, não se dão conta do alcance de sua práxis. Não sabem que estão tentando dar resposta, por sua práxis, ao problema da liberdade em contexto dominado por aparelhos, problema que é, precisamente, tentar opor-se. (FLUSSER, 2009, pp.75 e 76)

Sontag também reflete acerca da função de fotografar reforçando a ideia de não neutralidade na ação:

[...] apesar da presunção de veracidade que confere autoridade, interesse e sedução à todas as fotos, a obra que os fotógrafos produzem não constitui uma exceção genérica ao comércio usualmente nebuloso entre arte e verdade. [...] Ao decidir que aspecto deveria ter uma imagem, ao preferir uma exposição a outra, os fotógrafos sempre impõem padrões a seus temas. [...] Essa mesma passividade – e ubiquidade – do registro fotográfico constitui a “mensagem” da fotografia, sua agressão. [...] Existe uma agressão implícita em qualquer emprego da câmera”. (SONTAG, 2004, pp. 16 e 17)

Já em *Diante da dor dos outros*, no qual Sontag discute a influência das imagens de sofrimento na vida cotidiana, publicado quase 20 anos após de *Sobre Fotografia*, a autora afirma que as “[...] intenções do fotógrafo não determinam o significado da foto, que seguirá seu próprio curso, ao sabor dos caprichos e das lealdades das diversas comunidades que dela fizerem uso” (SONTAG, 2003, p. 36), responsabilizando assim menos quem fotografa e mais quem usa a imagem. Mais à frente introduz assunto que será posteriormente esmiuçado, e retoma a responsabilidade para quem produz a fotografia: “É sempre a imagem que alguém escolheu; fotografar é enquadrar, e enquadrar é excluir”. (SONTAG, 2003, p.42)

Sobre o uso que se faz das imagens, sobre o ver imagens, é salutar mencionar que “[...] fotos não podem criar uma posição moral, mas podem reforçá-la – e podem ajudar a desenvolver uma posição moral ainda embrionária” (SONTAG, 2004, p. 28). Assim, as violências cometidas contra as mulheres podem ter sido reforçadas enormemente pelo uso e abuso de imagens diversas durante décadas. De igual maneira, imagens podem ter sido usadas e compartilhadas/publicizadas para desenvolver ideias e ideais de

⁵ Lembra-se que para Flusser (2009, p. 71), aparelhos são “[...] brinquedos que funcionam com movimentos eternamente repetidos [...]”.

masculinidades que contribuiram para os abusos e violências trazidas/impostas pelo patriarcado.

As reações que tais imagens provocam são diversas e também ficam melhores esclarecidas pelas reflexões de Sontag. Inclusive, o porquê de uma mesma imagem provocar reações tão diferentes nas pessoas, o porquê de uma mesma imagem afetar mais ou menos e o que colabora e o

[...] que determina a possibilidade de ser moralmente afetado por fotos é a existência de uma consciência política apropriada. [...] A natureza do sentimento, até de ofensa moral, que as pessoas podem manifestar em reação a fotos dos oprimidos, dos explorados, dos famintos e dos massacrados depende também do grau de familiaridade que tenham com essas imagens. (SONTAG, 2004, p. 29)

Para Sontag, as imagens podem fornecer informações, a consciência que se tem antecede essas informações e é exatamente essa consciência que emerge como reação diante de uma foto de sofrimento e, ou de violência, por exemplo. Uma imagem pode, assim, despertar algum sentimento que varia do insolente ao íntegro, mas não consegue perpassar pelo ético ou político.

O limite do conhecimento fotográfico do mundo é que, conquanto possa incitar a consciência, jamais conseguirá ser um conhecimento ético ou político. O conhecimento adquirido por meio de fotos será sempre um tipo de sentimentalismo, seja ele cínico ou humanista. (SONTAG, 2004, p. 34)

Essa posição é muito diferente, oposta mesmo à de Didi-Huberman que afirma que “[...] a maneira como você olha, descreve e compreende uma imagem é, no fim das contas, um gesto político”. (DIDI-HUBERMAN, 2017, p. 106)

Outra questão extremamente relevante nesse quesito é a quantidade e a propagação de imagens de violências, guerras ou horror. Algumas imagens circulam tantas vezes e por tantas formas diversas, semelhantes em alguma medida ou até mesmo iguais, que acabam por ficarem banalizadas e adquirem um *status* de “normal” ou “natural”. A posição de Sontag é clara e a de Butler – que será colocada um pouco mais a frente – parecem se contrapor, mas ao que tudo indica se complementam, sendo que Butler parece avançar um pouco além das reflexões trazidas por Sontag. Por hora, explicita-se que Sontag acredita que fotos

[...] chocam na proporção em que mostram algo novo. Infelizmente, o custo disso não para de subir – em parte, por conta da mera proliferação dessas imagens de horror. [...] Sofrer é uma coisa; outra coisa é viver com imagens fotográficas do sofrimento, o que não reforça necessariamente a consciência e a capacidade de ser compassivo. Também pode corrompê-las. Depois de ver tais imagens, a pessoa tem aberto à sua frente o caminho para ver mais – e cada vez mais. As imagens paralisam. As imagens anestesiavam. Um evento

conhecido por meio de fotos certamente se torna mais real do que seria se a pessoa jamais tivesse visto as fotos. [...] Mas, após uma repetida exposição a imagens, o evento se torna também menos real. A mesma lei vigora para o mal e para a fotografia. O choque das atrocidades fotografadas se desgasta com a exposição repetida. [...] O vasto catálogo fotográfico da desgraça e da injustiça em todo mundo deu a todos certa familiaridade com a atrocidade, levando o horrível a parecer mais comum – levando-o a parecer familiar, distante (“é só uma foto”), inevitável. (SONTAG, 2004, pp. 30 e 31)

Ainda que Sontag tenha publicado *Sobre Fotografia* em 1977, época bem menos abarrotada de imagens que hoje, a massificação da fotografia proporciona à filósofa importantes reflexões relacionadas à proliferação de imagens e a sociedade capitalista moderna. E hoje isso é ainda bem mais assustador e devastador. Mas, não por acaso ou em vão. A aparência/ilusão de acessibilidade é o primeiro ponto que se destaca e parece explicar essa proliferação.

Ao munir este mundo, já abarrotado, de uma duplicata do mundo feita de imagens, a fotografia nos faz sentir que o mundo é mais acessível do que é na realidade. A necessidade de confirmar a realidade e de realçar a experiência por meio de fotos é um consumismo estético em que todos, hoje, estão viciados. As sociedades industriais transformam seus cidadãos em dependentes de imagens; é a mais irresistível forma de poluição mental. [...] Não seria errado falar de pessoas que têm uma compulsão de fotografar: transformar a experiência em si num modo de ver. (SONTAG, 2004, pp. 34 e 35)

E mais à frente, Sontag destaca o efeito funesto da exposição acerbadada que as imagens provocam: a insensibilidade frente ao sofrimento.

[...] é que, num mundo saturado, ou melhor, hipersaturado de imagens, aquelas que deveriam ser importantes para nós têm seu efeito reduzido: tornamo-nos insensíveis. No fim, tais imagens apenas nos tornam um pouco menos capazes de sentir, de ter nossa consciência instigada. [...] Esse processo de superestimulação age “com a finalidade de embotar a capacidade de discernimento da mente” e “reduzi-la a um estágio quase de torpor selvagem”. (SONTAG, 2004, pp. 88 e 89 – citando Wordsworth)

No que se refere ao sofrimento e em como o ser humano se porta frente a imagens do mesmo, em *Diante da dor dos outros* temos um excelente tratado sobre o tema. Sobre a iconografia do sofrimento e sobre esse “*voyeurismo*”, Sontag afirma:

A iconografia do sofrimento tem uma longa linhagem. [...] Parece que a fome de imagens que mostram corpos em sofrimento é quase tão sôfrega quanto o desejo de imagens que mostram corpos nus. [...] Existe a satisfação de ser capaz de olhar para a imagem sem titubear. Existe o prazer de titubear. [...] Talvez as únicas pessoas com direito de olhar imagens de sofrimento dessa ordem extrema sejam aquelas que poderiam ter feito algo para minorá-lo [...] ou aquelas que poderiam aprender algo com a foto. O restante de nós somos *voyeurs*, qualquer que seja o nosso intuito. (SONTAG, 2003, pp. 37, 38 e 39)

Sontag ainda traz um assunto muito explorado por Didi-Huberman que ela denomina “poder dúplice” e ele “duplo regime das imagens”. Ao tratar desse aspecto relativo às imagens, Didi-Huberman cita Sontag como pode se ver a seguir:

O poder dúplice da fotografia – gerar documentos e criar obras de arte visual – produziu alguns exageros notáveis a respeito do que os fotógrafos deveriam ou não fazer. (SONTAG, 2004, p. 66)

As imagens, como é evidente, não dão tudo. Pior, sabemos que por vezes elas “paralisam”, como escreve Susan Sontag: “As imagens paralisam. As imagens anestesiaram. Um evento conhecido por meio de fotos certamente se torna mais real [...] Mas, após uma repetida exposição às imagens, o evento se torna também menos real”. Mas, é preciso contar ainda com esse *duplo regime* das imagens, com este fluxo e refluxo da verdade que nelas se manifesta: quando a sua superfície é atingida por uma turbulência, uma lâmina de *conhecimento*, então atravessamos o momento difícil e fecundo de uma *prova de verdade*. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 123)

É marcante, não somente a função de anestesiamento que as imagens produzem, mas também as funções de entretenimento e controle. Sontag avança ainda mais nas reflexões atribuindo às imagens uma ilusão de liberdade e de mudança social. E a criação, compartilhamento desenfreado e a importância que as imagens adquiriram atualmente parecem confirmar e validar as reflexões feitas a mais de quarenta anos, e o agravamento dessa situação passa a ser objeto de preocupação ainda maior.

Uma sociedade capitalista requer uma cultura com base em imagens. Precisa fornecer grande quantidade de entretenimento a fim de estimular o consumo e anestesiarem as feridas de classe, de raça e de sexo. [...] As câmeras definem a realidade de duas maneiras essenciais para o funcionamento de uma sociedade industrial avançada: como um espetáculo (para as massas) e como um objeto de vigilância (para os governantes). A produção de imagens também supre uma ideologia dominante. A mudança social é substituída por uma mudança em imagens. A liberdade de consumir uma pluralidade de imagens e de bens é equiparada à liberdade em si. O estreitamento da livre escolha política para libertar o consumo econômico requer a produção e o consumo ilimitado de imagens. (SONTAG, 2004, p. 195)

Há dois pontos de reflexões provocados pela leitura de *Sobre Fotografia* que dialogam vastamente com as análises e ensaios de Judith Butler em *Quadros de Guerra*. O primeiro deles se relaciona à possibilidade da vivência do sofrimento, da perda e do luto que se relaciona ao outro e que pode ser retratado. Assim, tirar “[...] uma foto é participar da mortalidade, da vulnerabilidade e da mutabilidade de outra pessoa (ou coisa). [...] Uma foto é tanto uma pseudopresença quanto uma prova de ausência.” (SONTAG, 2004, p. 26). O segundo deles se refere ao enquadramento, às margens que compõem uma imagem, que nada têm de aleatórias ou ingênuas.

Um novo significado da ideia de informação construiu-se em torno da imagem fotográfica. A foto é uma fina fatia de espaço bem como de tempo. Num mundo

regido por imagens fotográficas, todas as margens (“enquadramento”) parecem arbitrárias. Tudo pode ser separado, pode ser desconexo, de qualquer coisa: basta enquadrar o tema de um modo diverso. (SONTAG, 2004, p. 33)

Com Judith Butler (Cleveland, 1956), em *Quadros de Guerra*, é possível aprender a diferença crucial entre uma vida passível de luto, ou seja, uma vida pela qual se lamenta a perda ou o dano/dolo sofrido, de outra vida pela qual não seja possível se enlutar: é preciso que essa vida seja considerada viva. As vidas enlutáveis são aquelas que são consideradas vivas, pois certas vidas não são qualificadas como tais e assim nunca serão vividas nem perdidas.

Uma vida considerada não viva pode ser também apreendida como precária e a apreensão de precariedade conduz “a uma potencialização da violência”, ou seja, a percepção da vulnerabilidade de uma vida suscita o desejo de destruição ou violentação da mesma. A precarização de algumas vidas é maximizada e para outras vidas essa precarização é minimizada pelas normas, organizações sociais e políticas. Assim, a “[...] apreensão da condição de ser enlutada precede e torna possível a apreensão da vida precária. A condição de ser enlutado precede e torna possível a apreensão do ser vivo como algo que vive, exposto a não vida desde o início”. (BUTLER, 2019, p. 33)

A precariedade, contudo, é uma condição que pode ser generalizada, pois os humanos são seres sociais, dependentes, precários e a vida, cuja persistência nunca está garantida, sempre surge e é sustentada em determinadas condições.

Se tomamos a precariedade da vida como ponto de partida, então não há vida sem necessidade de abrigo e alimento, não há vida sem dependência de redes mais amplas de sociabilidade e trabalho, não há vida que transcenda a possibilidade de sofrer maus tratos e a mortalidade. (BUTLER, 2019, p. 45)

Contudo, para além da generalização da precariedade, para as vidas cuja condição é maximizada, há um agravamento contraditório muito observado cotidianamente: a precariedade é agravada pela violência do Estado e essas vidas, “menos vivas”, precisam recorrer ao próprio Estado para buscar sanar a violência vivenciada.

A condição precária também caracteriza a condição politicamente induzida de maximização da precariedade para populações expostas à violência arbitrária do Estado que com frequência não têm opção a não ser recorrer ao próprio Estado contra o qual precisam de proteção. [...] depender do Estado-Nação para a proteção contra a violência significa precisamente trocar uma violência potencial por outra. [...] são muito raros os casos contemporâneos de violência que não tenham nenhuma relação com essa forma política. (BUTLER, 2019, pp. 46 e 47)

Poética, ética e politicamente, no entanto, Butler ressalta que para essas vidas percebidas como vulneráveis, para as quais a precariedade é maximizada pelo desejo de destruição e violentação das mesmas, é que esforços deverão ser empreendidos para a reversão de todo esse quadro.

Onde uma vida não tem nenhuma chance de florescer é onde devemos nos esforçar para melhorar as condições de vida. [...] nossas obrigações surgem da percepção de que não pode haver vida sustentada sem essas condições de sustentação, e que essas condições são, ao mesmo tempo, nossa responsabilidade política e a matéria de nossas decisões éticas mais árduas. (BUTLER, 2019, p. 43)

A reflexão acerca do conceito de precariedade de uma vida se faz importante, pois outro conceito salutar que Judith Butler também explora e que se relaciona com o primeiro é o do enquadramento. Imagens, fotografias, vídeos etc. estão sempre emoldurados. Essas molduras podem estar politicamente saturadas e podem conter operações de poder. Assim sendo, podem fazer com que apreendamos ou não uma vida como perdida ou lesada.

Os “enquadramentos” que atuam para diferenciar as vidas que podemos apreender daquelas que não podemos [...] não só organizam a experiência visual como também geram ontologias específicas do sujeito. Os sujeitos são constituídos mediante normas que, quando repetidas, produzem e deslocam os termos por meio dos quais os sujeitos são reconhecidos. [...] há “sujeitos” que não são exatamente reconhecíveis como sujeitos e há “vidas” que dificilmente – ou, melhor dizendo, nunca – são reconhecidas como vidas. (BUTLER, 2019, p. 17)

Para Butler, ainda, é preciso diferenciar o “apreender” e o “reconhecer” uma vida. E nesse ponto, como afirmado anteriormente, a autora tece esclarecimentos importantes acerca dos termos. Assim, apreender “[...] é menos preciso, já que pode implicar marcar, registrar ou reconhecer sem pleno conhecimento” (BUTLER, 2019, p. 18). Reconhecer, por sua vez, está sujeito a revisões e críticas, portanto é mais forte,

[...] caracteriza um ato, uma prática ou mesmo uma cena entre sujeitos, então a ‘condição de ser reconhecido’ caracteriza as condições mais gerais que preparam ou modelam um sujeito para o reconhecimento [...] a condição de ser reconhecido precede o reconhecimento. (BUTLER, 2019, p. 19)

E são as normas que operam para tornar algumas pessoas mais reconhecíveis e outras menos reconhecíveis. Mas, é importante esclarecer que

[...] uma vida tem que ser inteligível como uma vida, tem de se conformar a certas concepções do que é a vida, a fim de se tornar reconhecível. Assim, da mesma forma que as normas da condição de ser reconhecido preparam o caminho para o reconhecimento, os esquemas de inteligibilidade condicionam e produzem essas normas. Essas normas recorrem a esquemas variáveis de inteligibilidade, de modo que podemos ter, e efetivamente temos, por exemplo,

histórias de vida e histórias de morte. [...] não há vida nem morte sem relação com um determinado enquadramento. (BUTLER, 2019, pp. 21 e 22)

As normas mencionadas anteriormente é que definem que algo pode estar vivo, mas fora das normas da vida, então a normatividade produz algo vivo, mas fora do enquadramento fornecido pela norma daquilo que seria vida, assim sendo está vivo, inclusive aberto à apreensão para tanto, mas não é reconhecido como uma vida. Dessa forma, “[...] os enquadramentos que, efetivamente, decidem quais vidas serão reconhecíveis como vida e quais não o serão devem circular a fim de estabelecer sua hegemonia. Essa circulação reitera ou, melhor dizendo, é a estrutura iterável do enquadramento”. (BUTLER, 2019, p. 28)

Esses conceitos e análises são imprescindíveis para esta dissertação. Trabalhou-se com imagens de vidas não reconhecidas como vivas, não enlutáveis, precárias ao máximo e assim apreendidas pelas normas que as colocam em determinada moldura, enquadre. E se analisou os masculinos violentadores, que produzem dominação, iluminada pela compreensão que

[...] precisamente porque cada corpo se encontra potencialmente ameaçado por outros corpos que são, por definição, igualmente precários, produzem-se formas de dominação. [...] quando essas vidas são perdidas, não são objeto de lamentação, uma vez que, na lógica distorcida que racionaliza sua morte, a perda dessas populações é considerada necessária para proteger a vida dos “vivos”. (BUTLER, 2019, p. 53)

Retomando as reflexões sobre enquadramento, podemos associá-lo à distorção e nebulosidade entre imagens e realidade, o que ele esconde e explicita, bem como sua invisibilidade que provoca certa ilusão e aparência de estar diante do real.

Podemos pensar no enquadramento, então, como algo ativo, que tanto descarta como mostra, e que faz as duas coisas ao mesmo tempo, em silêncio, sem nenhum sinal visível de operação. O que surge nessas condições é um espectador que supõe estar em uma relação visual imediata (e incontestável) com a realidade. (BUTLER, 2019, p. 112)

E sobre o enquadramento e o que lhe escapa ao controle, Butler ainda afirma:

A moldura nunca determinou realmente, de forma precisa o que vemos, pensamos, reconhecemos e apreendemos. Algo ultrapassa a moldura que atrapalha nosso senso de realidade; em outras palavras, algo acontece que não se ajusta à nossa compreensão estabelecida das coisas”. (...) O que “escapa ao controle” é precisamente o que escapa ao contexto que enquadra o acontecimento, a imagem, o texto da guerra. (...) o enquadramento não mantém nada integralmente em um lugar, mas ele mesmo se torna uma espécie de rompimento perpétuo, sujeito a uma lógica temporal de acordo com a qual se desloca de um lugar para outro. (BUTLER, 2019, pp. 24, 25 e 26)

As normas que ditam o enquadramento perfazem a estrutura e a conjuntura do social e do político. O cumprimento dessas normas está associado, no caso da fotografia, à função do fotógrafo, mas como já afirmado antes, há outros elos nessa cadeia que se assemelham a essa função, mas que, como o fotógrafo, não se visualiza no enquadramento, o que não quer dizer que não esteja impregnado pelas normas que geram o enquadramento e permeia toda essa relação.

A foto pressupõe um fotógrafo, alguém que nunca aparece no enquadramento. [...] O fotógrafo está registrando uma imagem visual da cena, abordando-a através de uma lente diante da qual aqueles envolvidos na tortura e em sua repercussão triunfal também se posicionaram e posaram. A relação entre fotógrafo e o fotografado acontece por intermédio do enquadramento. O enquadramento permite, orchestra e medeia essa relação. (BUTLER, 2019, pp. 124 e 125)

E como Sontag e Flusser, Judith Butler, afirma a participação e cumplicidade inerente à função do fotógrafo e que aqui se estende a toda pessoa que cria e compartilha imagens, dessa forma, o “[...] fotógrafo não recebeu nenhum crédito por isso; na realidade, embora não fotografado, permanece parte da cena publicada, expondo assim sua clara cumplicidade”. (BUTLER, 2019, pp. 142 e 143)

Com relação ao enquadramento e às possibilidades e limitações das imagens e o que produzem, bem como as diferenças com relação às possibilidades e limitações das narrativas, Butler difere de Sontag.

Na minha opinião, não faz sentido aceitar a afirmação de Sontag, feita repetidas vezes em seus escritos, de que a fotografia não pode, por si só, oferecer uma interpretação, de que necessitamos de legendas e de análises escritas para complementar a imagem discreta e pontual. Segundo ela, a imagem pode nos afetar, não nos munir de compreensão do que vemos. Mas embora Sontag esteja obviamente certa em defender a necessidade de legendas e análises, sua afirmação de que a fotografia não é em si mesma uma interpretação nos leva a outro impasse. [...] embora as fotografias tenham, momentaneamente, a capacidade de nos emocionar, elas não nos permitem construir uma interpretação. [...] as fotografias traduzem verdades em um momento dissociado; elas “aparecem fugazmente” [...] fornecendo, assim, apenas impressões fragmentadas ou dissociadas da realidade. Consequentemente, elas são sempre atômicas, pontuais, discretas. O que falta às fotografias é coerência narrativa, e somente essa coerência, em sua opinião, satisfaz as necessidades do entendimento [...] ao enquadrar a realidade, a fotografia já determinou o que será levado em conta dentro do enquadramento – e esse ato de delimitação é sem dúvida interpretativo, como o são, potencialmente, os vários efeitos de ângulos, foco, luz, etc. (BUTLER, 2019, pp. 103-105)

Assim sendo, na opinião de Butler, as imagens são capazes de gerar interpretação via enquadramento. E para além da interpretação possível ao fotógrafo e ao espectador, esta não se restringe ao subjetivo e se relaciona aos

[...] condicionamentos estruturadores de estilo e forma sobre a comunicabilidade do sentimento, e assim, algumas vezes, acontece contra a nossa vontade, ou mesmo a despeito dela. [...] a própria fotografia [pode] se converter em uma cena estruturadora da interpretação, que pode perturbar tanto o realizador quanto o espectador [...] as fotografias de fato atuam sobre nós. (BUTLER, 2019, p. 105)

Nota-se, dessa forma, que Butler avança nesse quesito acerca das reflexões que Sontag provoca e nos diálogos de Butler com Sontag fica evidenciada a função que o enquadramento exerce e que pode se assemelhar à função da narrativa e, nesse sentido, as autoras se contradizem, pois para Butler o enquadramento de uma imagem fornece meios para sua interpretação.

Não precisamos de uma legenda ou de uma narrativa para compreendermos que um contexto político está sendo explicitamente formulado e renovado através do e pelo enquadramento, que o enquadramento funciona não apenas como uma fronteira para a imagem, mas também estrutura a imagem em si. Se a imagem, por sua vez, estrutura a maneira pela qual registramos a realidade, então ela está associada à cena interpretativa na qual operamos. [...] O “como” não apenas organiza a imagem, mas também atua no sentido de organizar nossa percepção e nosso pensamento. (BUTLER, 2019, p. 110)

Se para Sontag, a narrativa nos faz compreender e a fotografia nos perturba, para Butler alguma compreensão advém da perturbação. Dessa forma, para Butler, a fotografia retrata, mas também tem uma função “representacional e referencial”, nesse sentido ela

[...] não apenas retrata, como também constrói e amplia o acontecimento – pode-se dizer que a fotografia reitera e dá continuidade ao acontecimento –, então, estritamente falando, ela não é posterior ao acontecimento, mas sim se torna crucial para sua produção, sua legibilidade, sua ilegibilidade e seu próprio estatuto como realidade. (BUTLER, 2019, p. 126)

Acerca ainda da perturbação provocada pelas imagens, em Sontag, esta perturbação afeta diretamente a memória, podendo emergir a qualquer momento umas das imagens guardadas.

O fluxo incessante de imagens (televisão, vídeo, cinema) constitui o nosso meio circundante, mas, quando se trata de recordar, a fotografia fere mais fundo. A memória congela o quadro; sua unidade básica é a imagem isolada. Numa era sobrecarregada de informação, a fotografia oferece um modo rápido de apreender algo e uma forma compacta de memorizá-lo. A foto é como uma citação ou uma máxima ou um provérbio. Cada um de nós estoca, na mente, centenas de fotos, que podem ser recuperadas instantaneamente. (SONTAG, 2003, p.23)

E provoca (as imagens de horror), como já mencionado, perseguição e não compreensão visto que fotos “[...] aflitivas não perdem necessariamente seu poder de chocar. Mas, não ajudam grande coisa, se o propósito é compreender. Narrativas podem nos levar a compreender. Fotos fazem outra coisa: nos perseguem”. (SONTAG, 2004, p.

76). Contudo, “[...] imagens do repugnante também podem seduzir. [...] a atração por essas imagens não é rara e constitui uma fonte permanente de tormento interior”. (SONTAG, 2004, p.80). Mas, as funções das imagens extrapolam àquela relacionado ao chocar (na qual reside a denúncia), há também outras funções: embelezar, enfear e objetificar.

As fotos objetificam: transformam um fato ou uma pessoa em algo que se pode possuir. E as fotos são uma espécie de alquimia, a despeito de serem tão elogiadas como registros transparentes da realidade. [...] uma das funções da fotografia consiste em aperfeiçoar a aparência normal das coisas. [...] Embelezar é uma das operações clássicas da câmera e tende a empalidecer qualquer reação moral àquilo que a foto mostra. Enfear, mostrar algo no que tem de pior, é uma função mais moderna: didática, ela solicita uma reação enérgica. Para apresentar uma denúncia, e talvez modificar um comportamento, os fotógrafos precisam chocar. (SONTAG, 2004, p. 69)

Retomando acerca do poder das imagens e das palavras, Didi-Huberman, Flusser, Sontag e Butler têm a ensinar. Em Sontag, as imagens são dependentes das palavras, e a narrativa, como já afirmado anteriormente, é que leva à compreensão. As imagens levam à perturbação. Há aí uma relação entre o tempo que se gasta para ver e o tempo que se gasta para ler algo. Nota-se, assim, que a dimensão do tempo retorna para a cena.

Seja a foto entendida como um objeto ingênuo ou como a obra de um artífice experiente, seu significado – e a reação do espectador – depende de como a imagem é identificada ou erroneamente identificada; ou seja, depende das palavras. [...] Normalmente, se existe alguma distância com relação ao tema, aquilo que uma foto “diz” pode ser lido de várias maneiras. Cedo ou tarde, lê-se na foto aquilo que ela *deveria* estar dizendo. (SONTAG, 2003, p. 28)

Como dizia o antigo lema da revista *Paris Match*, fundada em 1949: “O peso das palavras, o choque das fotos”. A caçada de imagens mais dramáticas [...] orienta o trabalho fotográfico e constitui uma parte da normalidade de uma cultura em que o choque se tornou um estímulo primordial de consumo e uma fonte de valor. [...] numa cultura radicalmente renovada pela ascendência de valores mercantis, pedir que as imagens abalem, clamem, despertem parece antes um realismo elementar, além de bom senso para negócios. De que outro modo se pode obter atenção para um produto ou uma obra de arte? De que outro modo deixar uma marca mais funda quando existe uma incessante exposição a imagens vistas e revistas muitas vezes? A imagem como choque e a imagem clichê são dois aspectos da mesma presença. (SONTAG, 2003, p.24)

Parece mais plausível que uma narrativa demonstre uma eficácia maior do que uma imagem. Em parte, a questão reside na extensão de tempo em que a pessoa é obrigada a ver e sentir. (SONTAG, 2003, p. 102)

Butler aponta, por sua vez, num sentido oposto: para dependência da narrativa com relação às imagens; ressalta assim a função de documento que a imagem pode ter, especialmente a fotografia. Nesse sentido, reforça a dependência, ainda mais na contemporaneidade, para o registro por meio de imagens. Sem fotos pode não haver como

provar a veracidade de algo que foi narrado e nesse ponto há uma associação com o enquadramento, pois a verdade parece ser possível de ser enquadrada numa fotografia.

[...] embora as narrativas possam nos mobilizar, as fotografias sejam necessárias como provas dos crimes de guerra. [...] se não há provas fotográficas, não há atrocidade. [...] a fotografia está incluída na argumentação para corroborar a verdade, ou que não pode haver verdade sem fotografia. [...] Mesmo a mais transparente das imagens de documentário está submetida a um enquadramento, e submetida a um enquadramento com um propósito, trazendo esse propósito nos limites de seu enquadramento e implementando-o através do enquadramento.” (BUTLER, 2019, p. 108)

Flusser traz a escrita como dotada apenas de uma das quatro dimensões do tempo-espaco (as imagens têm duas dimensões), nesse sentido, então, lembra que as palavras são códigos que levam à um afastamento ainda maior do mundo real. Em Flusser, há uma interdependência entre palavras e imagens, as primeiras explicam as segundas, mas as segundas ilustram e trazem, dessa forma, a magia de volta às primeiras.

A luta da escrita contra a imagem, da consciência histórica contra a consciência mágica caracteriza a História toda. E terá consequências imprevistas. A escrita se funda sobre a nova capacidade de codificar planos em retas e abstrair todas as dimensões, com exceção de uma: a da *conceituação*, que permite codificar textos e decifrá-los. Isto mostra que o pensamento conceitual é mais abstrato que o pensamento imaginativo, pois preserva apenas uma das dimensões do espaço-tempo. Ao inventar a escrita, o homem se afastou ainda mais do mundo concreto quando, efetivamente, pretendia dele se aproximar. A escrita surge de um passo para aquém das imagens e não de um passo em direção ao mundo. Os textos não significam o mundo diretamente, mas através de imagens rasgadas. Os conceitos não significam fenômenos, significam ideias. Decifrar textos é descobrir as imagens significadas pelos conceitos. A função dos textos é explicar imagens, a dos conceitos é analisar cenas. Em outros termos: a escrita é meta-código da imagem. [...] Embora textos expliquem imagens a fim de rasgá-las, imagens são capazes de ilustrar textos, a fim de remagicizá-las. Graças a tal dialética, imaginação e conceituação que mutuamente se negam, vão mutuamente se reforçando. As imagens se tornam cada vez mais conceituais e os textos, cada vez mais imaginativos. [...] embora os textos sejam metacódigo de imagens, determinadas imagens passam a ser metacódigo de textos. (FLUSSER, 2009, pp. 09, 10 e 11)

Didi-Huberman segue linha semelhante relacionada à interdependência, complementariedade, solidariedade entre palavras e imagens e acrescenta ainda um conceito importante entre elas: a dialética⁶ – cujo significado altera de acordo com as

⁶ De acordo com o Dicionário de Oxford: “em sentido bastante genérico, oposição, conflito originado pela contradição entre princípios teóricos ou fenômenos empíricos. No *platonismo*, processo de diálogo, debate entre interlocutores comprometidos com a busca da verdade, através do qual a alma se eleva, gradativamente, das aparências sensíveis às realidades inteligíveis ou ideias. No *aristotelismo*, raciocínio lógico que, embora coerente em seu encadeamento interno, está fundamentado em ideias apenas prováveis, e por esta razão traz em seu âmago a possibilidade de ser refutado. No *kantismo*, raciocínio fundado em uma ilusão natural e inevitável da razão, que por isto permanece no pensamento, mesmo quando envolvido em contradições ou submetido à refutação. No *hegelianismo*, lei que caracteriza a realidade como um movimento incessante e contraditório, condensável em três momentos sucessivos (tese, antítese e síntese)

várias correntes filosóficas que a definem. Didi-Huberman parece resgatar, contudo, definição contida em Walter Benjamin relacionada à duas dimensões da imagem: crítica e poética ou temporal, perpassando assim em uma relação imbricada entre pensamento e autenticidade da imagem.

Pois em cada produção testemunhal, em cada ato de memória, ambas – linguagem e imagem – são absolutamente solidárias, não cessando de compensar as suas respectivas lacunas: uma imagem surge amiúde no momento em que a palavra parece falhar, uma palavra surge frequentemente quando é a imaginação que parece falhar. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 45)

Para além da questão do *ver* e do *saber* surge, portanto, nestas linhas, a questão da *imagem* e da *verdade*. [...] Olhei primeiro para estas imagens como *imagens-fatos*, isto é, como uma tentativa de representação visual [...] e também como um gesto concreto, político [...]. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 109)

A dialética deve, assim, ser entendida como uma colisão multiplicada de palavras e de imagens: as imagens chocam entre si para que surjam palavras, as palavras chocam entre si para que surjam imagens, as imagens e as palavras entram em colisão para que o pensamento advenha visualmente. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 198)

Se ignorarmos esse trabalho dialético das imagens, corremos o risco de não compreender nada e de confundir tudo: confundir o fato com o fetiche, o arquivo com a aparência, o trabalho com a manipulação, a montagem com a mentira, a semelhança com a assimilação... A imagem não é nem *nada*, nem *toda*, ela também não é *uma* – nem sequer é *duas*. Ela desdobra-se segundo uma complexidade mínima que supõe *dois pontos de vista que se confrontam sob o olhar de um terceiro*. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 215)

Na última citação acima, Didi-Huberman traz ainda um outro conceito importante: o fetiche⁷. Grosso modo, o fetichismo transforma aspectos subjetivos em objetivos, explica fenômenos da natureza por meio da crença em qualidades mágicas de determinados objetos ou afirma que certos animais ou coisas inanimadas são dotados de qualidades sobrenaturais, divinas. De igual modo, na sociedade, com o fetichismo torna-se possível atribuir às coisas relações sociais, mistificando-as. Nas palavras de Didi-Huberman, o fetichismo pode estar contido nas imagens, pois há imagens-fetiches.

Daí advém o tema do *fetichismo* generalizado, esse poder perverso que as imagens têm sobre as nossas consciências e os nossos inconscientes. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 107)

[...] um ponto de *contato* possível, com a ajuda do meio fotográfico, entre a *imagem* e o *real* [...]. É sempre possível fetichizar uma imagem. Mas este *valor*

que se manifestam simultaneamente em todos os pensamentos humanos e em todos os fenômenos do mundo material. No *marxismo*, versão materialista da dialética hegeliana aplicada ao movimento e às contradições de origem econômica na história da humanidade.”

⁷ De acordo com o Dicionário de Oxford, fetiche é um “objeto a que se atribui poder sobrenatural ou mágico e se presta culto. Ou ainda um objeto inanimado ou parte do corpo considerada como possuidora de qualidades mágicas ou eróticas”.

de uso, uma vez mais, não diz nada acerca da própria imagem, em particular do seu *valor de verdade*. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 111)

Mas voltemos ao fetiche, esse antifato. [...] Freud, ao introduzir o conceito de fetiche, queria dizer que ele forma uma *imagem totalitária* pela conjunção de sua natureza de “substituto” (*Ersatz*) e da sua natureza de ecrã, de “cobertura” (*Decke*). [...] Em segundo lugar, a imagem-fetiche é uma *imagem parada*. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 113)

O que constitui o fetiche [...] é o momento da história onde a imagem para. [...] Pensem no modo como um movimento cinematográfico que se desenrola rapidamente pararia de repente num determinado ponto, imobilizando todas as personagens. Este instantâneo é o característico da redução da cena plena, significativo, cujos temas estão articulados, ao que se imobiliza no fantasma. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 115, citando Lacan)

É o fantasma – e não o meio – que reduz a sequência de imagens singulares para a hipostasiar em *imagem toda*, isto é, em *imagem vazia*. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 115)

Quando “todas as palavras param e todas as categorias falham” – quando as teses, refutáveis ou não, se encontram literalmente desconcertadas –, aí pode surgir uma imagem. Não a *imagem-véu* do fetiche, mas a *imagem-dilaceramento* que deixa entrever um fragmento do real. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 119)

[...] a busca da *imagem-fato* é restringida à da *imagem-prova*, e esta vê-se logo em seguida restringida a algo semelhante à própria “lógica do pensamento negacionista” [...] a maleficência das imagens caracteriza-se a partir de uma nova perspectiva: a perversidade (histórica) da *prova* vem substituir a perversão (fantasmática) do *fetiche*. É a imagem como documento, como atestado, como *arquivo*, que vai de ora em diante encarnar a “lógica funesta” [...]. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 132)

Voltando-se ao impacto que uma imagem produz e que Sontag afirma como sendo consequência de uma consciência ética e política que antecede, ou melhor, se exterioriza a fotografia, Butler relaciona ao que se concebe como vivo e sendo, portanto, passível de perda.

Se não somos perseguidos, é porque não há perda, não houve vida que foi perdida. Mas se ficamos abalados ou somos “perseguidos” por uma fotografia, é porque ela atua sobre nós em parte sobrevivendo à vida que documenta; estabelece antecipadamente o tempo no qual essa perda será reconhecida como perda. A fotografia, portanto, está ligada pelo seu tempo à condição de uma vida passível de luto, antecipando e realizando essa condição. [...] a condição de ser passível de luto como a precondição da vida, que é descoberta retrospectivamente mediante a temporalidade instituída pela fotografia. (BUTLER, 2019, pp. 145 e 146)

E a própria Butler menciona e esclarece sobre pensamento de Sontag acerca desse tema:

[...] mais do que simplesmente se referir a atos de atrocidade, a fotografia constrói e confirma esses atos para aqueles que os nomeariam dessa forma. [...] Para Sontag, existe uma espécie de cisão persistente entre ser afetado e ser capaz de pensar e compreender [...] “um sentimento tem mais chance de se cristalizar em torno de uma foto do que um lema verbal”, e o sentimento pode

sem dúvida se cristalizar sem afetar a nossa capacidade de compreender os acontecimentos ou de adotar um modo de agir como respostas a eles. Na visão de Sontag, porém, quando o sentimento se cristaliza, ele impede o raciocínio. [...] a preocupação de Sontag é que a fotografia substitua o acontecimento de tal maneira que estruture a memória de forma mais eficaz do que a compreensão ou a narrativa”. (BUTLER, 2019, p. 109)

Mas, é a própria Sontag que traz a diversidade de possibilidades de reações diante de uma imagem de horror: “Fotos de uma atrocidade podem suscitar reações opostas. Um apelo em favor da paz. Um clamor de vingança. Ou apenas a atordoada consciência, continuamente reabastecida de informações fotográficas, de que coisas terríveis acontecem” (SONTAG, 2003, p.16). Todas essas possibilidades efêmeras se criadas por uma imagem, mas também com um caráter universal, ultrapassando as barreiras da linguagem:

A consciência do sofrimento que se acumula em um elenco seletivo de guerras travadas em terras distantes é algo construído. Sobretudo na forma como as câmeras registram, o sofrimento explode, é compartilhado por muita gente e depois desaparece de vista. Ao contrário de um relato escrito – que, conforme sua complexidade de pensamento, de referências e de vocabulário, é oferecido a um número maior ou menor de leitores –, uma foto só tem uma língua e se destina potencialmente a todos. (SONTAG, 2003, p.21)

Contudo, em Sontag é preciso lembrar que a grande exposição às imagens de horror pode anestesiar, diferente do efeito de piedade, ternura ou melancolia que advém da narrativa, pois o “[...] conteúdo ético das fotos é frágil. [...] Os atributos e os intuitos específicos das fotos tendem a serem engolidos pelo *páthos* generalizado do tempo pretérito.” (SONTAG, 2004, p. 31)

O choque pode tornar-se familiar. O choque pode enfraquecer. Mesmo que isso não aconteça, a pessoa pode *não* olhar. As pessoas têm meios de se defender do que é perturbador [...]. Assim como a pessoa pode habituar-se ao horror da vida real, pode habituar-se ao horror de certas imagens. Contudo, existem casos em que a repetida exposição àquilo que choca, entristece, consterna não esgota a capacidade de reação compassiva. Habituar-se não é algo automático, pois imagens (portáteis, manipuláveis) obedecem a regras distintas da vida real. [...] O *páthos*, em forma de narrativa, não se desgasta. [...] Todavia há fotos cujo poder não se enfraquece, em parte porque não se pode vê-las com frequência. (SONTAG, 2004, pp. 70 e 71)

Didi-Huberman também tratará acerca desse sentimento (*páthos*) e alertará para o equívoco de separá-lo de qualquer outra dimensão: “[...] distanciamento *versus* emoção. Ora, é um erro filosófico profundo – sintoma de um ponto de vista estreitamente racionalista e moralizador – opor o *pathos* ao *logos*, de um lado, e o *pathos* à *práxis*, de outro” (DIDI-HUBERMAN, 2017, pp. 95 e 96). E suas definições acerca do compreender ressaltam bastante a importância da não separação.

Compreender: erguer sua cólera diante da violência do mundo – erguer, simetricamente, sua empatia diante do sofrimento do mundo – à altura de um pensamento, de um trabalho. Mas, de um trabalho que não esquece, em sua exatidão escrupulosa, nem a fúria nem a empatia. Compreender: exercer duas vezes sua *paciência*. Uma vez para o *pathos* (o sofrimento, o tempo sofrido), uma vez pela *forma* (o conhecimento, o tempo reconstruído ou remontado). (DIDI-HUBERMAN, 2018, p. 193)

Compreender: exercer sua *paciência* de acordo com uma dupla distância. Comparar os incomparáveis. Manejar em conjunto coisas habitualmente consideradas inconciliáveis: por exemplo, o *pathos* e a *formule*, a empatia e a distância. [...] Compreender: fazer, paradoxalmente, do sofrimento, um “tesouro” [...]. (DIDI-HUBERMAN, 2018, p. 197)

E é também Didi-Huberman que parece conciliar o real com a imagem, ainda que seja um real tão violento que remete ao absurdo e ao inimaginável, surgindo assim a imagem crítica que emerge da crítica às imagens.

Arrancar algumas imagens *àquele real*. Mas também – uma vez que uma imagem é feita para ser vista por outrem – para arrancar ao pensamento humano em geral, ao pensamento do “fora”, um *imaginável* para aquilo de que ninguém, até então (mas isso já é dizer muito, pois tudo foi projetado antes de ser posto em prática) entrevia a possibilidade. [...] Tempo, espaço, olhar, pensamento, *pathos* – tudo era ofuscado pela enormidade maquinal da violência produzida. (DIDI-HUBERMAN, 2020, pp. 16 e 17)

[...] *montagem crítica* de suas imagens: montagem do pensamento elevado até o ritmo da cólera para, calmamente, cindir melhor a violência do mundo. [...] uma crítica das imagens não poderia vir desacompanhada do uso, de uma prática, uma produção de *imagens críticas*. As imagens, por mais terrível que seja a violência que as instrumentaliza, não estão todas do lado inimigo. (DIDI-HUBERMAN, 2018, pp. 97 e 98)

Para finalizar esse tópico, traz-se um recorte do glossário para uma futura filosofia da fotografia elaborado por Flusser:

Código: sistema de signos ordenado por regras.
 Conceito: elemento constitutivo de texto.
 Conceituação: capacidade para compor e decifrar textos.
 Decifrar: revelar o significado convencionalizado de símbolos.
 Entropia: tendência a situações cada vez mais prováveis.
 Fotografia: imagem tipo-folheto produzida e distribuída por aparelho.
 Fotógrafo: pessoa que procura inserir na imagem informações imprevistas pelo aparelho fotográfico.
 História: tradução linearmente progressiva de ideias em conceitos, ou de imagens em textos.
 Ideia: elemento constitutivo da imagem.
 Idolatria: incapacidade de decifrar os significados da ideia, não obstante a capacidade de lê-la, portanto, adoração da imagem.
 Imagem: superfície significativa na qual as ideias se inter-relacionam magicamente.
 Imaginação: capacidade para compor e decifrar imagens.
 Informação: situação pouco-provável.
 Informar: produzir situações pouco-prováveis e imprimir-las em objetos.
 Magia: existência no espaço-tempo do eterno retorno.
 Memória: celeiro de informações.

Pós-história: processo circular que retraduz textos em imagens.
 Pré-história: domínio de ideias, ausência de conceitos; ou domínio de imagens, ausência de textos.
 Realidade: tudo contra o que esbarramos no caminho à morte, portanto, aquilo que nos interessa.
 Redundância: informação repetida, portanto, situação provável.
 Scanning: movimento de varredura que decifra uma situação.
 Significado: meta do signo.
 Signo: fenômeno cuja meta é outro fenômeno.
 Símbolo: signo convencionado consciente ou inconscientemente.
 Sintoma: signo causado pelo seu significado.
 Situação: cena onde são significativas as relações-entre-as-coisas e não as coisas-mesmas.
 Texto: signos da escrita em linhas.
 Textolatria: incapacidade de decifrar conceitos nos signos de um texto, não obstante a capacidade de lê-los, portanto, adoração ao texto.
 Traduzir: mudar de um código para outro, portanto, saltar de um universo a outro.
 Universo: conjunto das combinações de um código, ou dos significados de um código.
 Válido: algo que é como deve ser.

(FLUSSER, 2009, pp. 77, 78 e 79)

3.2 Sobre masculinidades

[...] o fato de que a guerra é um jogo de homens – que a máquina de matar tem um gênero, e ele é masculino. (SONTAG, 2003, p.11)

A chegada de Hitler ao poder ressoava inconscientemente como uma promessa de restauração viril. [...] a hipervirilidade dos heróis do nazismo disfarçava um ego frágil e grandes problemas sexuais. (BADINTER, 1993, p. 19)

Temia-se em Lamião, sua sensibilidade, a possibilidade de outro modelo de ser homem. (CARIDADE, RAPOSO e LOPES, 2005, p. 117)

Miguel Vale de Almeida (Lisboa, 1960) reforça a definição de gênero como uma “construção social, cultural e historicamente relativa, sobre a realidade biológica” do sexo e evidencia ainda que “as relações entre os gêneros são, na base, relações de poder, assimetria e desigualdade, e não simplesmente relações simétricas e complementares, como o senso-comum gosta de pensar.” (1995, p. 04)

Aquela classificação não é neutra ou inocente. É valorada. A relação entre feminino e masculino não é como as duas faces de uma mesma moeda, mas sim assimétrica e desigual. Legítima uma forma de dominação, em que o gênero da pessoa marca ascendência ou submissão social, à semelhança da classe social, da idade, do *status*. Mas é uma forma de ascendência social que se reproduz na base de um processo de naturalização: a desigualdade entre homens e mulheres não é vista como um processo social, mas como uma

realidade ontológica. Os dominadores não têm “complexo de culpa”, as (os) dominadas (os) resignam-se. (ALMEIDA, 1995, p. 162)

Em sentido análogo e complementar, Butler (2020, p. 252) esclarece que há “[...] uma configuração de gênero privilegiada e outra que parece derivada, fantasística e mimética – uma cópia malfeita por assim dizer. [...] [e se promove] uma política de desesperança que afirma a exclusão aparentemente inevitável dos gêneros marginais do território do natural e do real”⁸. Safatle (2019)⁹ pontua sobre a importância do conceito de gênero nas obras de Judith Butler apontar para a teoria positiva da ação política e assim

[...] procura entender a maneira com que sujeitos lidam com normas, subvertem tais normas, encontram espaços de singularidade produzindo novas formas. [...] ter um gênero é um “modo de ser despossuído”, de abrir o desejo para aquilo que me desfaz a partir da relação ao outro. (pp. 174 e 175)

Além disso, cita a definição de gênero para Butler como sendo: “[...] o aparato discursivo/cultural através do qual ‘natureza sexual’ ou ‘sexo natural’ são produzidos e estabelecidos como ‘pré-discursivo’, como prévios à cultura, uma superfície politicamente neutra *na qual a cultura age*”. (SAFATLE, 2019, p. 186)

Medrado e Lyra (2008) situam e robustecem o gênero como categoria analítica, relacional (construções interdependentes) e fazem compreender “[...] como diferenças se constituem em desigualdades, indo além dos sexos como determinantes biológicos e da ‘divisão’ sexual do mundo” (p. 819).

Para Almeida, a discussão relacionada aos gêneros é, assim, iminentemente política visto que estão em destaque “[...] relações de poder/dominação e questões como o prazer, a liberdade, a família, a reprodução, a moral, em discussão permanente na nossa sociedade” (1995, p. 07). E mais à frente afirma: “Constituinte de identidades pessoais e sociais, o gênero não cria, porém, grupos sociais, mas sim categorias” (1995, p. 85). Importante ainda destacar que:

A identidade sexual individual é um assunto cultural do Ocidente. A preocupação com a performance sexual, hetero ou homossexual — e, diria eu, a necessidade de “optar” por uma ou outra — tornam o comportamento erótico numa fonte importante de autodefinição. (ALMEIDA, 1995, p. 91)

E no que tange ao que Butler nomina de categorias de identidade centra-se a atenção pela importância que essas reflexões têm na análise e compreensão das

⁸ Essa citação pertence ao primeiro livro de Judith Butler publicado no Brasil, que talvez seja também o mais conhecido, *Problemas de Gênero: feminismo e subversão da identidade*, lançado em 1990.

⁹ Vladimir Safatle escreveu o posfácio “Dos problemas de gênero a uma teoria da despossessão necessária: ética, política e reconhecimento em Judith Butler” na obra *Relatar a si mesmo*, 2019.

masculinidades. Assim, “[...] o ponto de partida crítico é o *presente histórico*, como definiu Marx. E a tarefa é justamente formular, no interior dessa estrutura constituída, uma crítica às categorias de identidade que as estruturas jurídicas contemporâneas engendram, naturalizam e imobilizam”. (BUTLER, 2020, p. 24)

E a crítica às categorias de identidade não são possíveis, em Butler, se não perpassarem pela desconstrução da relação binária – macho e fêmea – supernaturalizada a ponto ser tida como o real, e, por isso, hegemônica (assim como a heterossexualidade).

A presunção aqui é que o “ser” de um gênero é *um* efeito, objeto de uma investigação genealógica que mapeia os parâmetros políticos de sua construção no modo da ontologia. [...] Como genealogia da ontologia do gênero, a presente investigação busca compreender a produção discursiva da plausibilidade dessa relação binária, e sugerir que certas configurações culturais do gênero assumem o lugar do “real” e consolidam e incrementam sua hegemonia por meio de uma autonaturalização apta e bem-sucedida. (BUTLER, 2020, pp. 68 e 69)

Em sentido análogo encontramos em Ceccarelli as afirmações:

Falar, como se faz frequentemente, em “características femininas” como a graça, ou “masculinas” como a coragem, é ater-se em definições tautológicas, limitadas a um sistema binário que repete, indefinidamente, ainda que de formas variadas, as mesmas cópias. [...] Provavelmente, foi somente a partir de um momento histórico difícil de precisar que atributos tais como a “graça”, a “coragem” e muito outros foram “sexualizados” sem que exista nenhuma relação natural entre essas categorias e o feminino/masculino. (1997, p. 50)

Se a atração heterossexual não tem nada de natural, e ainda menos de inato, não faz sentido pensar numa masculinidade, ou feminilidade, que viriam ao mundo com o bebê: feminilidade e masculinidade são subjetividades independentes do sexo anatômico do sujeito. (1997, p. 52)

Há, dessa forma, uma intercessão, na discussão acerca dos sexos e dos gêneros, que interessa sobremaneira ao tema desta dissertação: a “[...] distinção entre sexo e gênero é o ponto de partida fundamental para investigar a masculinidade. [...] a separação conceitual entre sexo e gênero dá a entender que o segundo é a elaboração cultural do primeiro” (ALMEIDA, 1995, p. 83). Dessa forma, no que tange ao ser homem, de acordo com Almeida, perpassa, sobretudo, em “não ser mulher” e para ser mulher o primeiro regulamento é apenas “ser mulher” (1995, p. 96). Nesse sentido, Badinter (1993) acentua que:

[...] é mais fácil “fazer” uma mulher do que um homem. [...] o menininho se define em primeiro lugar negativamente [...] desde a concepção o embrião masculino “luta” para não ser feminino. [...] Por três vezes, para afirmar uma identidade masculina, deve convencer-se e convencer aos outros, de que não é uma mulher, não é um bebê e não é homossexual. (p. 34)

E temos também a afirmação que:

No fundo o que se apreende da obra de Weininger é que o tornar-se mulher é muito mais fácil do que a aquisição da virilidade: esta última nunca é definitivamente adquirida e deve ser constantemente (re) conquistada, sob a pena de ver a feminilidade recuperar terreno¹⁰. (CECCARELLI, 1997, p. 50)

Nesta mesma perspectiva e nas palavras de Daniel Welzer-Lang (Épinal, 1953), é inculcado “[...] nos pequenos homens a ideia de que, para ser um (verdadeiro) homem, eles devem combater os aspectos que poderiam fazê-los serem associados às mulheres” (2001, p. 462).

O pequeno homem deve aprender a aceitar o sofrimento – sem dizer uma palavra e sem “amaldiçoar” – para integrar o círculo restrito dos homens. Nesses grupos monossexuados se incorporam gestos, movimentos, reações masculinas, todo o capital de atitudes que contribuirão para se tornar um homem. Nos primeiros grupos de meninos, se “entra” em luta dita amigável (não tão amigável assim se acreditamos no monte de choros, de decepções, de tristezas escondidas que se associam a eles) para estar no mesmo nível que os outros e depois para ser o melhor. Para ganhar o direito de estar com os homens ou para ser como os outros homens. Para os homens, como para as mulheres, a educação se faz por mimetismo. Ora, o mimetismo dos homens é um mimetismo de violências. De violência inicialmente contra si mesmo. A guerra que os homens empreendem em seus próprios corpos é inicialmente uma guerra contra eles mesmos. Depois, numa segunda etapa, é uma guerra com os outros. Articulado prazeres – prazer de estar entre homens (ou homens em formação) e se distinguir das mulheres, prazer de poder legitimamente fazer “como os outros homens” (mimetismo) – e dores do corpo, cada homem vai individualmente e coletivamente fazer sua iniciação. Através dessa iniciação se aprende a sexualidade. A mensagem dominante: ser homem é ser diferente do outro, diferente de uma mulher. (p. 463)

E a guerra, interna e externa, mencionada por Welzer-Lang e que se destacou nas citações que abrem esse tópico, dialoga com as análises históricas feitas por Elizabeth Badinter (Boulogne-Billancourt, 1944) quando elucida acerca das tentativas de se resolver as inúmeras crises pelas quais a masculinidade passou ao longo da história ocidental.

Nem força, nem iniciativa, nem imaginação são mais necessárias para se ganhar a vida. [...] A crise da masculinidade está no seu auge. A guerra [Primeira Guerra Mundial], porém vai interromper, momentaneamente a angústia masculina. Reencontrando seu papel tradicional de guerreiros, esses pobres jovens recrutados partirão para o *front* com uma flor no fuzil, como se se regozijassem com a oportunidade que lhes é finalmente dada de serem homens de verdade... (BADINTER, 1993, pp. 16 e 17)

As análises de Badinter evidenciam o quanto a construção da masculinidade é frágil, permeável às transformações econômicas e às conquistas femininas.

¹⁰ Com Butler aprende-se que gênero “[...] não deve ser compreendido como uma identidade estável. [...] Sendo assim, assumir um gênero não é algo que, uma vez feito, estabiliza-se. Ao contrário, estamos diante de uma inscrição que deve ser continuamente repetida e reafirmada, como se estivesse, a qualquer momento, a ponto de produzir efeitos inesperados, sair dos trilhos.” (SAFATLE, 2019, p. 189)

Como na Europa [referindo-se aos Estados Unidos], essa mudança econômica [a industrialização] fez-se acompanhar de uma perturbação na vida familiar e nos valores. Ela acentuava a angústia dos homens. [...] A paternidade tornou-se uma “instituição dominical”, e a nova virilidade foi identificada com o sucesso simbolizado pelo dinheiro. (BADINTER, 1993, p. 20)

[...] quanto mais as mulheres exprimiam em alto e bom som as suas reivindicações, mais exposta ficava a vulnerabilidade dos homens: papel masculino indefinido, medo pânico da feminização, o americano médio da década de 1900 não sabia mais como ser um homem digno deste nome. (BADINTER, 1993, p. 21)

Proporcional à vulnerabilidade das masculinidades, são as tentativas de resolver a angústia de sua desconstrução seja por meio da arte, seja por meio da guerra, seja pelo trabalho excessivo, seja pela sedução ou seja pela malhação, todas em vão.

Como sublimações fantasmáticas, surgem novos heróis na literatura. [...] inventa-se a figura emblemática do caubói, homem viril por excelência [...] assim como a série de *Tarzan* [...]. A despeito de tudo isso, muitos homens não conseguem serenar sua angústia. Foi a entrada dos Estados Unidos na guerra, em 1917, que serviu de exultório e de “teste de virilidade” para muitos deles. [...] os homens podiam ao mesmo tempo dar vazão à sua violência represada e provar a si próprios que eram verdadeiros machos. (BADINTER, 1993, p. 22)

Enfim, a crise da masculinidade, que vicejou no início do século, foi momentaneamente resolvida pela guerra. Para grandes males, grandes remédios! [...] Desde o cataclisma da Segunda Guerra Mundial, quando a hipervirilidade se mostrou em toda sua patologia, a guerra não parece mais ser o remédio para o enfraquecimento da masculinidade. (BADINTER, 1993, p. 22)

A partir da busca de uma nova definição de sua virilidade, o homem depara-se com a ansiedade e faz uma confissão de desamparo. A crise atual do masculino é a crise de poder do macho. Confusos, eles buscam elementos exteriores para poder compensar seus elementos internos, seja através de trabalhos excessivos, sedução dom-juanesca (sem compromisso afetivo) seja através de malhação. (CARIDADE, RAPOSO e LOPES, 2005, p. 117)

Mas, Ceccarelli (1997) parece elucidar que a construção, afirmação e reafirmação das masculinidades perpassam pela cultura, pelo social e, ainda, pela morte do feminino: “A “filosofia” dos Marines é suficientemente clara: “Para se criar um grupo de homens, mate a mulher que está neles”. (p.56)

O trajeto que leva o menino da posição masculina à masculinidade – resulta de um longo percurso que se constrói em um espaço político e social, através de rituais e provas de iniciação – é extremamente complexo, e o fantasma de não alcançar é uma presença constante. [...] Não é por acaso que tantos tabus, proibições e expedientes são necessários para salvaguardar a masculinidade do perigo de contaminação pela feminilidade. (p. 56)

Dessa forma, enfatizando o aspecto cultural, político e social, que constrói o que é ser homem e o que é ser mulher, destaca-se Chimieski e Quadrado (2017, p. 2) quando citam Dagmar Estermann Meyer:

Ao entendermos que os sujeitos são produzidos na e pela cultura, compreendemos que tanto as feminilidades quanto as masculinidades constituem-se como construções culturais. Desta forma, o conceito de gênero “funciona como um organizador social e da cultura [...] e, assim, engloba todos os processos pelos quais a cultura constrói e distingue corpos femininos e masculinos”.

Nesta perspectiva, Welzer-Lang destaca os impositivos aos masculinos afirmando que

[...] estamos claramente em presença de um modelo político de gestão de corpos e desejos. E os homens que querem viver sexualidades não-heterocentradas são estigmatizados como não sendo homens normais, acusados de serem “passivos”, e ameaçados de serem associados a mulheres e tratados como elas. [...] define, por um lado, a superioridade masculina sobre as mulheres e, por outro lado, normatiza o que deve ser a sexualidade masculina produz uma norma política andro-heterocentrada e homofóbica que nos diz o que deve ser o verdadeiro homem, o homem normal. Este homem viril na apresentação pessoal e em suas práticas, logo não afeminado, ativo, dominante, pode aspirar a privilégios do gênero. (2001, p. 468)

Posto isto, neste trabalho, o foco se concentra nos masculinos e em suas categorias, reforçando que “[...] a masculinidade não é uma essência, mas uma ideologia que tende a justificar a dominação masculina. Suas formas mudam [...] e só subsistiu o poder do homem sobre a mulher” (BADINTER, 1993, p. 27). E que:

[...] “ser homem”, no dia a dia, na interação social, nas construções ideológicas, nunca se reduz aos caracteres sexuais, mas sim a um conjunto de atributos morais de comportamento, socialmente sancionados e constantemente reavaliados, negociados, lembrados. Em suma, em constante processo de construção. (ALMEIDA, 1995, p. 83)

E neste processo de construção, “[...] surgiu nos últimos anos uma clara noção de que há várias masculinidades e várias feminilidades” (ALMEIDA, 1995, p. 05). Sempre se usará, dessa forma, o termo masculinidade no plural, pois como ainda esclarecem Padilha e Rodrigues (2016, p. 5), citando Raewyn Connell, a “[...] masculinidade é uma configuração de prática em torno da posição dos homens na estrutura da relação de gênero. Existe, normalmente, mais de uma configuração desse tipo em qualquer ordem de gênero de uma sociedade.” Assim, compreendendo que são muitas configurações possíveis, se usará masculinidades.

Não há necessidade de correr mundo para constatar a multiplicidade dos modelos masculinos. Nossa sociedade é um bom observatório para essa diversidade. A masculinidade difere segundo a época, mas também segundo a classe social, a raça e a idade do homem. Compreende-se que o célebre enunciado de Simone de Beauvoir se aplique também ao homem: o homem não nasce homem, ele se torna homem. (BADINTER, 1993, pp. 28 e 29)

As configurações podem ser variadas e múltiplas – atravessadas pela raça, classe, escolaridade, renda, pelo local de nascimento etc., mas uma estrutura perpassa todas elas,

assim sendo é imperioso reforçar que o modelo hegemônico do patriarcado define que “[...] tudo aquilo ligado à mulher tende a ser subordinado aos homens, privilegiados nesse sentido” (PADILHA e RODRIGUES, 2016, p. 5). Nesta lógica,

Ao perguntar-se se existe uma estrutura profunda da masculinidade, Gilmore (1991) não chega a uma resposta conclusiva, mas define três “moral injunctions” presentes em todos os contextos etnográficos que parecem sugerir que a masculinidade é uma resposta a déficits estruturais e psicológicos específicos: a) um homem deve engravidar as mulheres, b) deve proteger os dependentes do perigo e c) deve prover os parentes. Gilmore tem uma visão demasiado determinista, pois diz que quanto mais duro for o ambiente mais a masculinidade é acentuada como inspiração e objetivo. A ideologia e o ambiente seriam dois fatores de força na equação da masculinidade, mas o terceiro seria psicológico: o maior perigo para a performatividade do trabalho humano seria a regressão, a fuga à realidade. Assim, a masculinidade podia ser vista como um incentivo para substituir o princípio do prazer pelo da realidade. Os homens alimentariam a sua sociedade vertendo sangue, suor e sêmen, ao passo que as mulheres alimentariam os outros diretamente — com os seus corpos, o seu leite e o seu amor. (ALMEIDA, 1995, p. 96)

A colocação acima pauta dois importantes conceitos com relação às masculinidades: a performatividade e a hegemonia. Com relação à performatividade, Almeida pontua que “[...] a atenção dos romanos não se dirigia para as orientações sexuais, mas antes para os pormenores ínfimos da aparência, da gestualidade e postura corporal [...] a vigilância sobre as brechas na masculinidade enquanto ‘performatividade’”. (1995, p.47). E mais ainda:

[...] a interação com os homens levou-me a perceber que, se alguma vez queria compreender a masculinidade, teria de prestar atenção aos aspectos discursivo e performativo: a expressão, quer verbal, quer incorporada, quer ritualizada, de valorações morais sobre o que é ser homem (e ser mulher), assentados numa classificação do mundo cuja base dicotômica primeira é o sexo dos seres humanos. (1995, p. 06)

A pesquisa em torno da performance toma como sujeito e método o corpo experiente situado no tempo, no espaço e na história, restaurando o corpo como local de conhecimento e local de luta ideológica, prestando atenção aos encontros face-a-face em vez das abstrações formais. (1995, pp. 98 e 99, citando Conquergood, 1993)

Acerca da performatividade, Safatle (2019) afirma que em Butler:

Identidades sexuais não deveriam ser pensadas como *representações* suportadas pela estrutura binária dos sexos. Tratava-se, ao contrário, de tentar escapar da própria noção de representação através de uma teoria performativa do sexual. Teoria que sustenta a possibilidade de realização de atos subjetivos capazes de fragilizar o caráter reificado das normas, produzindo novos modos de gozo que subvertam as interdições impostas pelo sistema binário de gêneros. (pp. 185 e 186)

Já com relação à hegemonia, remete-se ao conceito de Gramsci que:

[...] reporta-se a uma sociedade civil organizada, charneira entre o Estado-dominação e o econômico, implicando uma noção de Política alargada, não confinada ao Estado. Assim, Gramsci alarga a concepção anterior de hegemonia para o campo cultural e intelectual: o Príncipe moderno deve criar uma vontade ao mesmo tempo nacional e popular, criando um novo senso comum e socializando os conhecimentos e a nova visão do mundo (Gramsci, 1971). No limite, a hegemonia é uma antirrevolução passiva. O conceito de hegemonia é, então, tomado de empréstimo a Gramsci que, obviamente, não o utilizou para analisar o gênero, mas sim as relações de classe na Itália sua contemporânea. Significa ascendência social alcançada para lá das disputas de poder, na organização da vida privada e dos processos culturais (Connell, 1987). A hegemonia não é imposta pela força das armas; embora não exclua a força, não é através desta que se atinge a hegemonia. E tão pouco significa a obliteração de alternativas. Como dizia João Pina-Cabral (em comunicação oral), a hegemonia é uma forma de dominação em que o dominado participa na sua dominação, a hegemonia sendo como um foco que, ao iluminar uma certa zona, deixa as outras zonas na semiescuridão. No campo do gênero, trata-se da capacidade de impor uma definição específica sobre outros tipos de masculinidade, o que significa que o modelo exaltado corresponde, na realidade, a muitos poucos homens [...]. O conceito permite uma concepção mais dinâmica de masculinidade, entendida assim como estrutura de relações sociais, em que várias masculinidades não hegemônicas subsistem, ainda que reprimidas e auto reprimidas por esse consenso e senso comum hegemônico, sustentado pelos significados simbólicos ‘incorporados’”. (ALMEIDA, 1995, p. 100)

E compreende-se ainda que a hegemonia é

[...] uma “substância” que dá origem ao senso comum da maior parte das pessoas. Esta definição não está fincada somente na esfera econômica de dominação e relação de classes, mas sim na cultural, das relações humanas. [...] um conjunto de valores que forma o senso de realidade de uma sociedade. [...] Percebemos que a hegemonia é mantida culturalmente e exerce seu poder sobre a sociedade por meio de um processo de aculturação e naturalização [...] percebemos que a publicidade reforça o patriarcalismo hegemônico [...]. (MALTA, 2014, p.6, citando Raymond Williams)

Localizando a hegemonia relativa aos gêneros no processo histórico ocidental, temos:

A Revolução Francesa primeiramente, que apregoava os ideais de liberdade, igualdade e fraternidade, e posteriormente a Revolução Industrial e as consequentes guerras mundiais que se sucederam, trouxeram uma desordem no papel do homem burguês, que tentava se reconstruir, fazendo com que se consolidasse uma masculinidade e uma virilidade hegemônica comum a todos os homens [...]. (SILVA, 2000, p. 10)

No que tange à masculinidade hegemônica, assim sendo, é preciso destacar sua função de controle, de dominação e subordinação com relação à outras masculinidades e feminilidades e ainda realçando a heteronormatividade como única possibilidade aceita¹¹.

¹¹ “Os homens que não mostram sinais redundantes de virilidade são associados às mulheres e/ou a seus equivalentes simbólicos: os homossexuais. [...] a dominação masculina produz homofobia para que, com ameaças, os homens se calquem sobre os esquemas ditos normais da virilidade”. (WELZER-LANG, 2001, p. 465)

[...] a masculinidade hegemônica é um modelo cultural ideal que, não sendo atingível por praticamente nenhum homem, exerce sobre todos os homens um efeito controlador, através da incorporação, da ritualização das práticas da sociabilidade quotidiana e de uma discursividade que exclui todo um campo emotivo considerado feminino; e que a masculinidade não é simétrica da feminilidade, na medida em que as duas se relacionam de forma assimétrica, por vezes hierárquica e desigual. A masculinidade é um processo construído, frágil, vigiado, como forma de ascendência social que pretende ser. (ALMEIDA, 1995, p. 06)

Parece-me central o uso da noção de “masculinidade hegemônica”, ou seja, não o “papel” masculino, mas sim uma variedade particular de masculinidade que subordina outras variedades. Se a fissura entre as categorias de “homem” e “mulher” é um dos fatos centrais do poder patriarcal e da sua dinâmica, no caso dos homens, a divisão crucial é entre masculinidade hegemônica e várias masculinidades subordinadas (Connell¹²,1987). Daqui segue-se que as masculinidades são construídas não só pelas relações de poder, mas também pela sua interrelação com a divisão do trabalho e com os padrões de ligação emocional. Por isso, na empiria, se verifica que a forma culturalmente exaltada de masculinidade só corresponde às características de um pequeno número de homens. Connell não deixa de realçar que um dos traços importantes da masculinidade hegemônica, junto com a sua conexão com a dominação, é o fato de ser heterossexual (e o processo foucaultiano da passagem da noção de “luxúria” para a especificidade das “perversões” seria fundamental para a constituição histórica da hegemonia). (ALMEIDA, 1995, p. 97)

[...] valores do que chamei a masculinidade hegemônica. São “leis” que, como os mandamentos religiosos, todos conhecem e pretendem aplicar, mas que são ideais nem sempre cumpridos e acatados pelos homens concretos. O efeito principal deste discurso é o controle social. Controle que se exerce tanto mais sobre os homens concretos, quanto mais eles se afastarem do modelo hegemônico. Isto implica um alto grau de autocontrole ou vigilância, que se aplica a todos os domínios da experiência humana em interação: o modo de falar, o que se diz, o modo de usar o corpo, a roupa, as atitudes a tomar perante situações de tensão, conflito, emotividade, visíveis nas situações de sociabilidade que apresentei e analisei. (ALMEIDA, 1995, pp. 161 e 162)

Ainda no que se relaciona à masculinidade hegemônica, Daniel Welzer-Lang afirma:

Os homens dominam coletiva e individualmente as mulheres. Esta dominação se exerce na esfera privada ou pública e atribui aos homens privilégios

Nas palavras de Silva (2000): “A preocupação com uma possível feminilização por parte de alguns homens, fizeram com que investissem e construíssem para si uma série de papéis e traços representativos da sua condição “masculina”, de forma que descrevesse melhor o atual homem vitoriano, em contraste com o seu oposto, a mulher, e mais inadvertidamente, a seu inverso, o homossexual”. (p. 11)

¹² Em 2013, Connell e Messerschmidt reforçam o que haviam afirmado em 1987: “A característica fundamental do conceito continua a ser a combinação da pluralidade das masculinidades e a hierarquia entre masculinidades. [...] Padrões múltiplos de masculinidade têm sido identificados em muitos estudos, em uma variedade de países e em diferentes contextos institucionais e culturais. Também é resultado de pesquisa bastante difundido o fato de que certas masculinidades são socialmente mais centrais ou mais associadas com autoridade e poder social do que outras. O conceito de masculinidade hegemônica presume a subordinação de masculinidades não hegemônicas [...]”. (pp. 262 e 263)

materiais, culturais e simbólicos. [...]. A opressão das mulheres pelos homens é um sistema dinâmico no qual as desigualdades vividas pelas mulheres são os efeitos das vantagens dadas aos homens. (2001, p. 461)

E Connell e Messerschmidt (2013) elucidam de maneira contundente:

A masculinidade hegemônica foi entendida como um padrão de práticas (i.e., coisas feitas, não apenas uma série de expectativas de papéis ou uma identidade) que possibilitou que a dominação dos homens sobre as mulheres continuasse. A masculinidade hegemônica se distinguiu de outras masculinidades, especialmente das masculinidades subordinadas. A masculinidade hegemônica não se assumiu normal num sentido estatístico; apenas uma minoria dos homens talvez a adote. Mas certamente ela é normativa. Ela incorpora a forma mais honrada de ser um homem, ela exige que todos os outros homens se posicionem em relação a ela e legitima ideologicamente a subordinação global das mulheres aos homens. [...] A hegemonia não significava violência, apesar de poder ser sustentada pela força; significava ascendência alcançada através da cultura, das instituições e da persuasão. (p. 245)

De forma complementar, Almeida faz uma afirmação talvez não consensuada, mas para a qual chama-se a atenção visto que se acredita que as imposições do patriarcado prejudicam todos os gêneros, infligindo sofrimento e dominação, sendo que sua superação repercutirá sobre toda estrutura e conjuntura societária de forma benéfica.

É comum dizer-se que os homens também são vítimas da dominação masculina. Para muitas mulheres esta afirmação poderá parecer desonesta. Mas a verdade é que o conjunto genérico das mulheres “não tem nada a perder a não ser as suas grilhetas”, parafraseando uma conhecida frase, podendo-se apropriar de práticas e símbolos masculinos graças à hierarquia que os define como superiores. Para os homens é mais difícil inventarem outras formas identitárias pois, seguindo o pensamento dicotômico, a alternativa que resta é “inferior”, feminina. São como aristocratas que depois de “perderem tudo” não sabem o que são. Reconhecer que o modelo hegemônico é um tigre de papel pode ser o primeiro passo para inventar novas relações sociais e novas identidades. (ALMEIDA, 1995, p. 162)

Em sentido análogo encontra-se a afirmação de Medrado e Lyra (2008):

Por certo, ao longo da história, as mulheres têm sido alvo de injustiças sociais de ordens variadas e, por mais conquistas que tenham alcançado, ainda está distante poder-se falar sobre uma efetiva igualdade de gênero. Por outro lado, muitos homens em condições sociais (a)diversas também enfrentam, cotidianamente, a impossibilidade/obrigação de responder ao modelo hegemônico de masculinidade. (p. 826)

A hegemonia se sustenta e se regula de diversas formas e meios e produz uma definição de gênero reificada, suposta e falaciosamente fundadora de identidade, mas verdadeira e concretamente sustentadora do masculino e do heterossexual como modelos e possibilidades aceitas.

Mesmo quando o gênero parece cristalizar-se em suas formas mais reificadas, a própria “cristalização” é uma prática insistente e insidiosa, sustentada e

regulada por vários meios sociais. [...] as noções naturalizadas e reificadas do gênero que dão suporte à hegemonia masculina e ao poder heterossexista, para criar problemas de gênero não por meio de estratégias que representam um além utópico, mas da mobilização, da confusão subversiva e da proliferação precisamente daquelas categorias constitutivas que buscam manter o gênero em seu lugar, a posar como ilusões fundadoras da identidade. (BUTLER, 2020, pp. 69 e 70)

E Butler (2020, p. 249) avança acerca das reflexões sobre identidade, concluindo que a mesma se constitui numa prática significativa naturalizada, forjada pelas regras que são repetidas num discurso bem engendrado e que pode ser contestado (e essa é a parte que mais interessa a esta dissertação).

[...] o que é significado como identidade não o é num ponto dado do tempo, depois do qual ela simplesmente existe como uma peça inerte da linguagem criadora de identidades. Claramente, as identidades *podem* parecer substantivos inertes; aliás, os modelos epistemológicos tendem a tomar essa aparência como seu ponto de partida teórico. Contudo, o substantivo “eu” só aparece como tal por meio de uma prática significativa que busca ocultar seu próprio funcionamento e naturalizar seus efeitos. Além disso, qualificar-se como uma identidade substantiva é tarefa das mais árduas, pois tais aparências são identidades geradas por regras, que se fiam na inovação sistemática e repetida de regras que condicionam e restringem as práticas culturalmente inteligíveis da identidade. Aliás, compreender a identidade como uma *prática*, e uma prática significativa, é compreender sujeitos culturalmente inteligíveis como efeitos resultantes de um discurso amarrado por regras, e que se insere nos atos disseminados e corriqueiros da vida linguística. Abstratamente considerada, a linguagem se refere a um sistema aberto de sinais, por meio dos quais a inteligibilidade é insistentemente criada e contestada.

Interessa assim, sobremaneira, refletir acerca das aparentes identidades geradas e repetidas sistematicamente no ocidente para as masculinidades. Nesse sentido, menciona-se Beleli (2007, pp. 197 e 198), que cita Gayle Rubin:

[...] o sexo “estrutura as relações sociais/simbólicas”, e a força das características atribuídas a esse corpo parece determinar atributos de feminilidade e masculinidade. [...] estimulando um tipo de masculinidade pautado pelo imperativo da razão. [...] mulheres desesperadas/homens concentrados, reificando valorizações negativas/positivas que se associam, respectivamente, a feminilidades/masculinidades.

Então, a primeira configuração de identidade que pode ser atribuída aos homens e que se destaca é o racional, o concentrado.

Outros substantivos inertes e, portanto, reificados para os homens são a inteligência, a competência e o ser provedor.

[...] um capital cultural que suplanta a inteligência, a competência, atributos tidos como constituidores de masculinidade. [...] a identificação de homem com o trabalho e suas conquistas econômicas, sociais e sexuais, escancaradamente exploradas pelas diversas mídias do passado, ainda surtem efeitos – o antigo provedor é um forte apelo da propaganda. Ainda que as imagens de homens estejam também pautadas por um padrão de beleza, não é

a beleza que se ancora a masculinidade. A feiura se transforma em beleza quando acompanhada de um terno bem cortado e um diamante nas mãos. (BELELI, 2007, p. 202)

Nesse mesmo sentido, há outro atributo associado à categoria de identidade dos homens que é a posse de bens. Assim sendo, Beleli (2007, p. 203) afirma que a “[...] menção à ordem simbólica remete às reafirmações de alguns atributos que definem tipos de feminilidade – centrada no corpo como capital cultural – e de masculinidade – ancorada na posse de bens –, sugerindo formas de organização das relações entre mulheres e homens”. Com relação a esse aspecto, “Alguns homens desempregados, mesmo permanecendo homens em suas relações com as mulheres, seguem uma mobilidade social que os faz aproximarem-se seriamente da situação de exclusão, de precariedade de algumas mulheres”. (WELZER-LANG, 2001, p. 467)

Além da racionalidade, inteligência, competência, provedor e possuidor de bens, Beleli (2007, p. 204), citando Maria Luiza Heilborn, destaca outra configuração associada à identidade do masculino. Dessa forma, a “[...] licenciosidade é outra marca do “conquistador” e ainda aparece como um forte atributo de masculinidade. [...] As referências ao “conquistador” reafirmam convenções que estimulam masculinidades marcadas pelo “desejo inato de fazer sexo todo o tempo”.

E ainda em Beleli (2007, p. 205), mas dessa vez citando Judith Willianson e Raewyn Connell, destaca que

[...] feminilidade e masculinidade, [...] “[são] enunciados provenientes do mundo das coisas [...] em uma forma que signifique algo em termos humanos. [...] remete a força, agressividade, desempenho e se associa à masculinidade, sugerindo que esses atributos sustentam uma posição de liderança social.

Já Welzer-Lang, menciona dois atributos importantes, o sofrimento atrelado à virilidade¹³ e a competitividade: “O masculino é, ao mesmo tempo, submissão ao modelo e obtenção de privilégios do modelo. [...] Não somente o pequeno homem começa a descobrir que, para ser viril, é preciso sofrer [...] (2001, p. 464)”; além disso, “Outros se fecham em uma couraça, incorporando, de uma vez por todas, que a competição entre homens é uma selva perigosa onde é necessário saber se esconder, se debater e onde *in fine* a melhor defesa é o ataque. (2001, p. 464)

¹³ “A virilidade como se vê, é uma noção eminentemente relacional, construída diante dos outros homens e contra a feminilidade, por uma espécie de medo do feminino”. (CARIDADE, RAPOSO e LOPES, 2005, p. 117)

[...] o fato de ser visto com “belas” mulheres classifica-o como “grande-homem”, o que também acontece com aquele que tem dinheiro e/ou poder manifesto sobre homens e mulheres. Todos os homens que aceitam os códigos de virilidade têm ou podem ter poder sobre as mulheres (o que ainda deve ser quantificado); alguns entre estes (chefes, grandes-homens de todos os tipos) têm também poder sobre os homens. É verdadeiramente neste duplo poder que se estruturam as hierarquias masculinas. [...] pode-se distinguir entre os “grandes-homens” aqueles que têm um poder político, religioso (ou mágico), econômico, guerreiro, administrativo, científico, universitário... e pôr na balança esse poder, instituído e instituinte, com os privilégios que obtêm esses homens de suas funções nas relações com as mulheres e com os homens. (pp. 2001, 466 e 467)

Assim sendo, destaca-se que as categorias de identidade que podem ser atribuídas aos homens/machos são racionalidade, inteligência, competência, ser provedor e possuidor de bens, ser conquistador, forte, agressivo, líder, competitivo, poderoso e viril¹⁴ – com sofrimento imposto a si próprios e às mulheres, pois “Para que os homens reencontrem sua virilidade, é preciso primeiro que as mulheres voltem ao seu lugar natural” (BADINTER, 1993, p. 18). Essas aparências são geradas e repetidas por regras, até o ponto de serem naturalizadas. Essas regras formam um discurso fantasístico¹⁵ e que

¹⁴ Nas palavras de Badinter (1993): “O comportamento que as sociedades definem como adequadamente masculino é feito de manobras de defesa: temor às mulheres, temos de manifestar qualquer tipo de feminidade, inclusive sob a forma de ternura, passividade ou cuidados dispensados aos outros e, evidentemente, temor de ser desejado por um homem. De todos esses temores, Stoller deduz as atitudes do homem comum: ‘Ser rude, barulhento, beligerante; maltratar e fetichizar as mulheres; procurar somente as amigas dos homens, mas destetar os homossexuais; falar grosseiramente; denegrir as ocupações das mulheres. *O primeiro dever de um homem é: não ser uma mulher*’”. (p. 49)

Nas palavras de Caridade, Raposo e Lopes (2005, citando Cuschnir, 2001): “Segundo esse receituário que oferece os fundamentos das diversas máscaras de que o homem se utilizará ao longo de toda a vida, há quatro imperativos a serem seguidos: 1. Os homens devem ser estoicos, heroicos, estáveis e independentes [...]. Não podem mostrar fraqueza e nem compartilhar suas emoções com ninguém. 2. os meninos têm que ser sólidos como rocha[...] O homem deve mostrar-se impassível e inabalável. 3. As situações que a vida apresenta têm de ser encaradas como o momento de decisão[...] os meninos liberam de modo extremado sua agressividade e agem de modo a evitar a vergonha a qualquer custo, reprimindo os sentimentos de fracasso. 4. Homem tem que ser macho! Nada de bichice: sentimentos e comportamentos afetivos, como empatia, compaixão, carinho, são entendidos como femininos, homens não devem experimentá-los e, caso os experimentem estão ameaçados em sua masculinidade, devendo considerar-se efeminados”. (p. 115)

Nas palavras de Silva (2000): “Os traços que os descreviam, voltavam-se para a forma de se vestir, a forma de andar, a maneira de se comportar, a entonação de voz, etc., assim como também era ressaltado a forma física, a musculatura, os contornos do corpo masculino, a elegância, o vigor físico e a beleza, e por fim, as qualidades psicológicas do homem como a agilidade, a coragem, a distinção, a bravura, o heroísmo [...] A sociedade masculinista burguesa, dado essa premissa, construía, assim, a nova imagem de homem, e como consequência vieram as duras provas pelas quais o homem deveria enfrentar, como as lutas, como um dos ‘componentes do comportamento masculino’”. (p. 11)

¹⁵ Sobre este assunto, as elucidaciones de Silva (2000) são importantes: “O ideal masculino era um bastão erigido contra a decadência; representava em palavras, em pinturas e em pedra um ideal de virilidade casta, o qual penetrou profundamente na consciência burguesa.” E complementa: “a masculinidade foi a rocha sobre a qual a sociedade burguesa construiu boa parte de sua autoimagem, mas a imagem idealizada da

no caso dessa dissertação foi analisado por meio de imagens e seus enquadramentos e é nesse ponto que as imagens e as masculinidades confluem, convergem. E para ilustrar melhor essa afirmação cita-se Beleli (2007, pp. 200 e 201), quando a mesma menciona Judith Butler e Teresa de Lauretis:

As fotografias apontam para diferentes enquadramentos [...] o sexo adquire sua materialidade através de um discurso engendrado. [...] Se a feminilidade é aqui acionada através de um efeito causado pela natureza, outras versões do mesmo conceito mostram que as construções de gênero são pensadas de formas distintas quando ancoradas no sexo masculino. [...] O *space off* – “o espaço não visível no quadro, mas que pode ser inferido a partir daquilo que a imagem torna visível” – indica o início de sua carreira de *voyer*, estimulada para os meninos desde a infância. A masculinidade aqui é acionada através do despertar do desejo e, ao sugerir a relação de coerência entre sexo, gênero e desejo, (re) afirma a heterossexualidade como modelo.

Uma vez identificadas essas (e outras) categorias de identidade, interessa contestá-las, pois fazendo isso acredita-se que se pode contribuir para a desconstrução do binarismo hierarquizado e com isso subverter todo um sistema falacioso e violento de identidade.

De fato, quando se diz que o sujeito é constituído, isso quer dizer simplesmente que o sujeito é uma consequência de certos discursos regidos por regras, os quais governam a invocação inteligível da identidade. O sujeito não é *determinado* pelas regras pelas quais é gerado, porque a significação *não é um ato fundador, mas antes um processo regulado de repetição* que tanto se oculta quanto impõe suas regras, precisamente por meio da produção de efeitos substancializantes. Em certo sentido, toda significação ocorre na órbita da compulsão à repetição; a ação, portanto, deve ser situada na possibilidade de uma variação dessa repetição. [...] novas possibilidades de gênero que contestem os códigos rígidos dos binarismos hierárquicos, então é somente no *interior* das práticas de significação repetitiva que se torna possível a subversão da identidade. (BUTLER, 2020, p. 250)

Por tudo isso, a “[...] perda das normas de gênero teria o efeito de fazer proliferar as configurações de gênero, desestabilizar as identidades substantivas e despojar as narrativas naturalizantes da heterossexualidade compulsória de seus protagonistas centrais: os “homens” e as “mulheres”. (BUTLER, 2020, p. 252). Portanto, avançar com relação às inúmeras configurações de gênero, rompendo com o binarismo, apresenta a possibilidade eminente de contestar as práticas de repetição que constituem a identidade violenta e violentadora, de ainda combater o “natural” e propagar a desnaturalização do gênero como tal.

masculinidade parece igualmente para a evolução da chamada sexualidade anormal, em grande parte, denominada pela contra imagem que a fazia representar”. (p. 12, citando Mosse, 1998)

Nesse mesmo sentido e reforçando a construção social, cultural e histórica das masculinidades¹⁶, passíveis, portanto, de transformações e “[...] como os homens e as mulheres vivem na História, e como também ao longo das suas vidas mudam as conjunturas que as orientam, e os interesses em causa, a masculinidade hegemônica não se mantém sempre igual, nem se reproduz *ad eternum*” (ALMEIDA, 1995, p. 162). E se “[...] a masculinidade se ensina e se constrói, não há dúvida de que ela pode mudar. [...] O que se construiu pode, portanto, ser demolido para ser novamente construído” (BADINTER, 1993, p. 29).

Gosto de pensar que a desconstrução da masculinidade, porque construída como socialmente dominante, implica um desafio diferente, talvez maior, de inventividade cultural, por comparação com a libertação feminina; está simultaneamente no centro do projeto antropológico, no centro do seu momento experimental e reflexivo, e no centro de uma das maiores transformações sociais testemunhadas pelo mundo moderno. (ALMEIDA, 1995, p. 164)

No mesmo sentido, encontramos afirmação feita por Welzer-Lang:

[...] a dominação não deve ser analisada como um bloco monolítico onde tudo está dado, onde as relações se reproduzem ao idêntico. Mas a análise, tanto global quanto a que se interessa por um campo específico ou por interações particulares, deve articular o quadro global, societário (a dominação masculina), e as lutas objetivas ou subjetivas das mulheres e de seus aliados que visam a transformar as relações sociais de sexo, logo a modificar a dominação masculina. (2001, p. 461)

A bem da verdade, Welzer-Lang (2001) afirma que a transformação está em processo, colocando a masculinidade hegemônica em nova crise, e apontando um caminho para uma nova construção:

Os ativistas queer se definem como anti-assimilationistas e querem agrupar todos aqueles, e todas aquelas, que adotam as identidades sexuais e/ou identidades de gênero em diferença com as normas heterossexuais: gays, lésbicas, transgêneros, bissexuais... Todos contestando o próprio fato de serem colocados em categorias. Criticando ao mesmo tempo o binarismo homem/mulher e o heterossexismo da classificação dessas próprias categorias, a análise queer visibiliza uma parte das mudanças já realizadas. [...] Mudar nossos paradigmas críticos, pelo menos aceitar que se juntem análises antissexistas e não heteronormativas, oferece instrumentos para desconstruir nossas representações unívocas, e muito frequentemente uniformes, dos homens e do masculino. A escuta dos homens e das mulheres que hoje vivem, encenam ou sugerem outros tipos de sexualidade e de gênero contribui para isso. (pp. 473 e 474)

¹⁶ Nas palavras de Connell e Messerschmidt (2013): “É desejável eliminar qualquer uso da masculinidade hegemônica como fixa, como um modelo transhistórico. Esse uso viola a historicidade do gênero e ignora a evidência massiva das transformações nas definições sociais da masculinidade”. (p. 252)

Caridade, Raposo e Lopes (2005) fazem proposições ao masculino e às possibilidades que podem ser realizadas pelo mesmo. Esse masculino que: “[...] revelou-se atravessado por atitudes misóginas, homofóbicas, homoafetivas e homoemocionais. Uma masculinidade construída tanto sob a negação do feminino como da recusa do sentimentalismo e do medo da homossexualidade” (p. 119).

Os homens foram assumindo postura endurecida afastando-se da ternura e da amabilidade, dimensões identificadas com o feminino. A literatura aponta para a possibilidade da organização do masculino poder ser menos traumática quando diminuir a tensão do homem em possuir em seu interior, componentes femininos, refazendo o equilíbrio entre masculino e feminino, entre anima e animus. [...] James Hollis (1997, p. 154) sugere uma direção para a possível cura da ferida masculina: correr o risco de amar outros homens, já que o elemento passivo (o outro) está inserido no cerne do masculino. Ou seja, o masculino só decifrará seu enigma aprendendo simultaneamente a ser e não ser. O homem moderno encontra-se estrangulado em eliminar o velho patriarcal e reinventar o pai e a virilidade por ele outorgada. (pp. 118 e 119)

E também Silva (2000) alerta para a importância de novas construções plurais, respeitadas e apartadas do sofrimento:

Há de se procurar uma saída, talvez aquela em que promova menos conflitos identitários, e que não corrobore com uma masculinidade hegemônica. [...] Com a diversidade de culturas, crenças e a pluralidade de identidades psicológicas, sociais, de gênero e sexuais na contemporaneidade, é simplesmente impossível conceber uma hegemonia frente às nossas identidades, porque elas não são fixas, imutáveis, pelo contrário, elas estão constantemente sofrendo mudanças, e a cada década, podemos perceber que cada vez mais a cultura, os modos de vida, de se comportar, de ser e de estar, vão se alterando, adequando-se às exigências do próprio tempo. [...] enquanto não aprendermos a respeitar as nossas singularidades, construídas através da diversidade histórica, social e cultural em que vivemos, enquanto não nos respeitarmos enquanto sujeitos, não conseguiremos respeitar também. nossas construções singulares e identitárias, indiferente se sejamos homens ou mulheres, independente das nossas particularidades anatômicas, independente dos nossos desejos afetivos e sexuais, independente, até mesmo, do papel social que exercemos no nosso dia a dia. Talvez, essa seja uma saída mais justa, mais ética, mais humana, para não infringirmos no indivíduo, qualquer espécie de sofrimento psíquico ou àqueles que ousaram ir contra às regras impostas pela cultura e pelos processos de socialização, aprendidos ao longo do tempo. Para não infringirmos sofrimento psíquico aqueles que ousaram questionar os limites de suas prisões identitárias. (pp. 13 e 14)

Para finalizar esse tópico, destaca-se afirmação feita por Connell e Messerschmidt (2013) acerca da possibilidade de construção de uma hegemonia igualitária e “positiva” para as masculinidades.

[...] a conceitualização da masculinidade hegemônica deveria explicitamente reconhecer a possibilidade da democratização das relações de gênero e da abolição de desigualdades de poder, e não apenas a reprodução da hierarquia. Um movimento transicional nessa direção requer uma tentativa de estabelecer como hegemônica dentre os homens [...] uma versão da masculinidade aberta à igualdade com as mulheres. Nesse sentido, é possível definir uma masculinidade hegemônica completamente “positiva” [...]. A história recente

mostrou a dificuldade de se atingir essa prática. Uma hegemonia positiva permanece, todavia, como uma estratégia-chave para os esforços contemporâneos de reforma. (p. 272)

3.3 Sobre violências

[...] a violência é sempre injustificável, que a força está sempre, em todas as circunstâncias, errada – errada porque, como afirma Simone Weil [...], a violência transforma em coisa toda pessoa sujeita a ela. (SONTAG, 2003, p.16)

Elevar seu pensamento até a cólera. Elevar a cólera até queimar a si mesmo. Para melhor cindir, calmamente, a violência do mundo. (DIDI-HUBERMAN, 2018, p. 92)

Eros e Tanatos parecem ter abandonado a luta e se dado as mãos. (SAFIOTTI, 1994, p. 452)

Inicia-se este tópico com o esforço de unir esse aos outros dois temas anteriores. Dessa forma, faz-se importante ressaltar que se: “[...] o pensamento de Bataille¹⁷ se mantém na mais estreita proximidade desta terrível *possibilidade humana* é porque ele soube enunciar, desde o início, o nexos indissolúvel entre a imagem (a produção do semelhante) e a agressividade (a destruição do semelhante)” (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 49). E ainda que as “[...] fotos são meios de tornar ‘real’ (ou ‘mais real’) assuntos que as pessoas socialmente privilegiadas, ou simplesmente em segurança, talvez preferissem ignorar” (SONTAG, 2003, p.12). Com Didi-Huberman, ressalta-se a dicotomia de produção do semelhante feita por meio das imagens e de destruição do semelhante realizada por meio da agressividade. Já com Sontag, traz-se a ideia da fotografia-evidência ou fotografia-documento que explicita algo, tornando-o assim real, para quem tem o privilégio (ou o direito?) de não viver uma dor ou um sofrimento. E parece ainda que há ainda certa interdependência entre esse tipo de imagem e a crítica à violência, como destaca Didi-Huberman.

[...] “a crítica da violência é a filosofia de sua história [que] permite uma tomada de posição crítica, distinta e decisiva sobre seus dados a um determinado tempo”. Estaria, portanto, a imagem ligada à violência no sentido que, desde o início, ela é um objeto indissociavelmente técnico, histórico e jurídico? (DIDI-HUBERMAN, 2018, p. 105 – citando Walter Benjamin)

¹⁷ Georges Albert Maurice Victor Bataille foi um escritor francês, nasceu em 1897 e faleceu em 1962.

Em *Quadros de Guerra*, Judith Butler adentra ao tema da violência e da não violência e se destaca, inicialmente, a junção desse tema com às imagens, perpassando pelo enquadramento.

[...] nossa própria capacidade para responder com não violência – de atuar contra certo ato violento, ou preferir o “não ato” diante de uma provocação violenta – depende dos enquadramentos mediante os quais o mundo é dado e o domínio da aparência é circunscrito. (BUTLER, 2019, p. 252)

Nota-se, assim, que a margem que circunscribe o olhar, dita as ações é para Butler, portanto, determinante. E talvez mais informações nesse sentido sejam encontradas quando Butler cita a filósofa Catherine Mills: “Mills assinala que existe uma violência mediante a qual o sujeito é formado, e que as normas que fundam o sujeito são, por definição, violentas.” (BUTLER, 2019, p. 235). E um pouco mais a frente ressalta um importante paradoxo.

[...] Somos, pelo menos parcialmente, formados por meio da violência. [...] Na realidade, pode ser que, precisamente porque alguém é formado através da violência, a responsabilidade de não repetir a violência da formação é ainda mais urgente e importante. (BUTLER, 2019, p. 236)

Dessa forma, as normas que fundam os sujeitos são violentas (e ditam o enquadramento), e, portanto, são formados por meio da violência, mas exatamente por isso tem-se a responsabilidade de não repetir a violência que os formou. E assim surge o dilema ético que leva a uma possível interdição ética.

Uma interdição ética contra a prática da violência não deslegitima nem recusa a violência que pode estar operando na produção do sujeito. [...] quando alguém é formado na violência [...] e essa ação formativa continua ao longo de toda vida desse alguém, surge o dilema ético sobre como viver a violência da história formadora desse alguém, como efetuar mudanças e inversões em sua interação. (BUTLER, 2019, p. 239)

É importante esclarecer ainda que esse dilema ético – de cometer ou não uma violência – perpassa pelo reconhecimento do outro que sofre a violência, mas quando este se faz visto e ouvido. Assim, nas palavras de Butler, a “[...] questão ética de cometer ou não violência surge apenas em relação ao “você” que figura como objeto potencial da minha violação. Mas se não há “você” ou se o “você” não pode ser ouvido nem visto, então não há relação ética.” (BUTLER, 2019, p. 254)

E engana-se quem acredita que a não violência é uma prática apaziguadora. A não violência parece emergir do mencionado dilema ético e da interdição ética e se configura como uma luta e ambas são constitutivas dos sujeitos.

[...] a violência não é estranha àquele a quem o discurso de não violência é dirigido; a violência não se encontra, a princípio, presumivelmente “fora”. A violência e a não violência não são apenas estratégias ou táticas, mas configuram o sujeito e se tornam suas possibilidades constitutivas e, assim, uma luta permanente. (BUTLER, 2019, p. 234)

A não violência, dessa forma, como o próprio termo sugere, emerge da violência, de uma diligência e de um conflito nem sempre exitoso para a não violência.

[...] a não violência, quando e onde existe, envolve uma vigilância agressiva da tendência da agressão a surgir como violência. Como tal, a não violência é uma luta [...]. É precisamente porque se está imerso na violência que a luta existe, e que surge a possibilidade de não violência. Estar imerso na violência significa que mesmo que a luta seja dura, difícil, iminente, intermitente e necessária, ela não é o mesmo que um determinismo; estar imerso é a condição de possibilidade para a luta pela não violência, e é também por isso que a luta fracassa com tanta frequência. (BUTLER, 2019, pp. 240 e 241)

No plano micro, individual, pontua-se que a violência é algo exequível, assim como a não violência e ambas guerreiam em um sujeito constituído por essas bases.

A não violência [...] denota a posição imersa e conflituosa de um sujeito que está ferido, cheio de raiva, disposto a uma retaliação violenta, e, não obstante, luta contra essa ação (muitas vezes fazendo com que a raiva se volte contra ele mesmo). A luta contra a violência admite que a violência é uma possibilidade ao alcance de alguém. (BUTLER, 2019, pp. 241 e 242)

Já num plano macro, coletivo, a não violência perpassa pela crítica às normas do que definem a vida e a não vida, pelo reconhecimento de precariedade que caracteriza todos os humanos e os homogeneíza.

Se a injunção a não violência é para evitar que se torne sem sentido, ela deve estar alinhada a uma intervenção crítica a propósito das normas que diferenciam entre as vidas que são consideradas vivíveis e passíveis de luto e as que não o são. [...] O desejo de cometer violência, portanto, é sempre marcado pela ansiedade de sofrer violência de volta, uma vez que todos os atores potenciais da cena são igualmente vulneráveis. [...] A não violência é derivada da apreensão da igualdade em meio à precariedade. (BUTLER, 2019, pp. 253 e 254)

Com relação ao reconhecimento de precariedade e, especialmente em relação às normas que definem e separam a vida da não-vida, localiza-se uma interseção com o tema afeto às masculinidades, à manutenção de seus privilégios e à dominação exercida sobre as feminilidades e sobre as masculinidades subordinadas.

[...] o conjunto do social está dividido segundo o mesmo simbólico que atribui aos homens e ao masculino as funções nobres e às mulheres e ao feminino as tarefas e funções afetadas de pouco valor. Esta divisão do mundo, esta cosmogonia baseada sobre o gênero, mantém-se e é regulada por violências: violências múltiplas e variadas as quais – das violências masculinas domésticas aos estupro de guerra, passando pelas violências no trabalho – tendem a preservar os poderes que se atribuem coletivamente e individualmente os homens à custa das mulheres. (WELZER-LANG, 2001, p. 461)

Há um conjunto multiforme de abusos de confiança violentos, de apropriação do território pessoal, de estigmatização de qualquer coisa que se afaste do modelo masculino dito correto. Todas as formas de violência e de abuso que cada homem vai conhecer, seja como agressor, seja como vítima. Pequeno, fraco, o menino é uma vítima marcada. Protegido por seus colegas, ele pode agora fazer os outros sofrerem o que ele tem ainda medo de sofrer. Exorcizar o medo agredindo o outro e gozar dos benefícios do poder sobre o outro é a máxima que parece estar inscrita no frontal de todas essas peças. (WELZER-LANG, 2001, p. 464)

Numa perspectiva semelhante encontra-se também Connell e Messerschmidt (2013):

A dominação dos homens e a subordinação das mulheres constituem um processo histórico, não um sistema autorreprodutor. A “dominação masculina” é aberta à contestação e requer um esforço considerável na sua manutenção. Apesar de se ter dado destaque a esse ponto em declarações iniciais sobre o conceito de masculinidade hegemônica, essa não é apenas uma ideia teórica. [...] Há evidências consideráveis de que a masculinidade hegemônica não é uma forma autorreprodutora, seja através de *habitus* ou outros mecanismos. Para se sustentar um dado padrão de hegemonia é necessário o policiamento de todos os homens, assim como a exclusão ou o descrédito das mulheres. Evidências de tais mecanismos variam do descrédito de opções “soft” num mundo de relações internacionais “hard”, desde as ameaças à segurança e à guerra, a violências e assassinatos homofóbicos, chegando aos constrangimentos de meninos nas escolas por “bichices”. (p. 260)

Caridade, Raposo e Lopes (2005) são ainda mais categóricas, pois, associam a agressividade e a violência como uma das características indissociável do masculino que imolou a sensibilidade para se constituir como tal e que responde com ainda mais violência aos questionamentos e recusas à sua dominação.

Compreende-se que, ao usar máscaras para dar conta de ser homem, conforme os modelos propostos, ocorre no masculino um sacrifício da sensibilidade, que pode induzir o sujeito a condutas agressivas, que a cultura reconhece e legítima como sendo uma forma desejável de ser homem. [...] muitas das manifestações de violência viril, têm como um de seus principais elementos constituintes uma reação agressivo-defensiva diante da difusa sensação pessoal de decadência sociocultural da dominação masculina. Isso corrobora nossa busca de condutas violentas, a partir de modelos instaurados de ser homem. (pp. 115 e 116)

Encontramo-nos por fim, diante de uma masculinidade atravessada por contradições, mas uma masculinidade que responde ao propósito do ser homem nessa cultura: homem endurecido, sem nada que o aproxime do feminino, do emocional, sensível, estético ou terno. Quase todos apresentaram produção de condutas violentas, sobretudo quando alguém fala da mãe, ou de alguém querido. Outra fonte de violência é o fato de ser traído ou de ter sua moral abatida perante outrem. [...] Ela [a masculinidade] está construída através da obediência a um corpo rígido, sem emoção, dirigido para o número de conquistas, da independência financeira, não deixando margens a dúvidas. (p.120)

Contudo, Connell e Messerschmidt (2013) alertam para a redução de se definir as masculinidades hegemônicas somente por suas práticas nocivas, sendo que as mesmas

podem ser variadas, mas ressaltam também o caráter de dominação dos homens sobre as mulheres.

Devido ao fato de o conceito de masculinidade hegemônica ser baseado na prática que permite a continuidade da dominação coletiva dos homens sobre as mulheres, não é surpreendente que em alguns contextos a masculinidade hegemônica realmente se refira ao engajamento dos homens a práticas tóxicas – incluindo a violência física – que estabilizam a dominação de gênero em um contexto particular. Entretanto, a violência e outras práticas nocivas não são sempre as características definidoras, uma vez que a hegemonia tem numerosas configurações. (p. 255)

Medrado e Lyra (2008) aprofundam a discussão ao afirmar que:

[...] ao invés de procurar os culpados, é necessário identificar como se institucionalizam e como se atualizam as relações de gênero, possibilitando efetivamente transformações no âmbito das relações sociais “generificadas”, ou seja, orientadas pelas desigualdades de gênero. Isso não implica processo de desresponsabilização individual, mas reconhecer que as análises que agregam a dimensão relacional do conceito de “gênero” permitem compreender ou interpretar uma dinâmica social que hierarquiza as relações entre o masculino e o feminino e não apenas entre homens e mulheres, mas nos homens e nas mulheres. (p. 820)

Com relação ao masculino agressivo e violentador, ou melhor, à essa configuração da masculinidade hegemônica que se manifesta por meio da agressividade e violência, Lago e Wolff (2013), por sua vez, destacam dispositivo presente na legislação brasileira (Lei Maria da Penha) que pode determinar aos homens agressores apoio, ajuda e orientação para a desconstrução do padrão de masculino violento e a construção de outros masculinos mais plurais, menos dominadores e mais equânimes.

As intensas polêmicas que envolvem o tema das violências e as lutas feministas pelo fim da violência contra as mulheres, que marcaram os movimentos feministas desde a eclosão da segunda onda do feminismo no Brasil, na década de 1970, culminaram com a promulgação da Lei nº. 11.340/2006, de combate à violência familiar e doméstica contra a mulher. Nessa lei, além das medidas protetivas para as mulheres e os filhos, e das penalizações previstas para o “agressor”, está definida também a necessidade de atendimento aos homens autores de violência para que se estabeleçam novos valores e padrões de comportamento nas relações de gênero. (p. 235)

A convergência entre os tópicos centrais desta dissertação desencadeou de forma fluida discussão acerca da não violência, da dominação, da precariedade e da manutenção de privilégios masculinos, contudo ainda não se adentrou precisamente ao conceito de violência que será usado. Assim sendo, com o objetivo de atenuar essa falta, pontua-se que o Decreto nº 1.973, de 1º de agosto de 1996, promulgou a Convenção Interamericana para Prevenir, Punir e Erradicar a Violência contra a Mulher, conhecida como Convenção de Belém do Pará, cidade na qual ocorreu no ano de 1994. No documento referido, em

seu artigo 1º, entende-se que violência contra a mulher é “[...] qualquer ato ou conduta baseada no gênero, que cause morte, dano ou sofrimento físico, sexual ou psicológico à mulher, tanto na esfera pública como na esfera privada”. O conceito é amplo e em seu artigo 2º, a Convenção de Belém do Pará acrescenta que essa violência pode ser:

- a) ocorrida no âmbito da família ou unidade doméstica ou em qualquer relação interpessoal, quer o agressor compartilhe, tenha compartilhado ou não a sua residência, incluindo-se, entre outras turmas, o estupro, maus-tratos e abuso sexual;
- b) ocorrida na comunidade e cometida por qualquer pessoa, incluindo, entre outras formas, o estupro, abuso sexual, tortura, tráfico de mulheres, prostituição forçada, sequestro e assédio sexual no local de trabalho, bem como em instituições educacionais, serviços de saúde ou qualquer outro local; e
- c) perpetrada ou tolerada pelo Estado ou seus agentes, onde quer que ocorra.

O Brasil conta ainda com uma legislação potente contra a violência doméstica¹⁸ – compreendida como um subproduto da violência de gênero – já mencionada nesta dissertação. Trata-se da Lei Maria da Penha (Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006) que define em seu artigo 5º que a violência doméstica e familiar contra a mulher é:

- [...] qualquer ação ou omissão baseada no gênero que lhe cause morte, lesão, sofrimento físico, sexual ou psicológico e dano moral ou patrimonial:
- I - no âmbito da unidade doméstica, compreendida como o espaço de convívio permanente de pessoas, com ou sem vínculo familiar, inclusive as esporadicamente agregadas;
 - II - no âmbito da família, compreendida como a comunidade formada por indivíduos que são ou se consideram aparentados, unidos por laços naturais, por afinidade ou por vontade expressa;
 - III - em qualquer relação íntima de afeto, na qual o agressor conviva ou tenha convivido com a ofendida, independentemente de coabitação.
- Parágrafo único. As relações pessoais enunciadas neste artigo independem de orientação sexual.

No que tange às formas de violências encontra-se a seguinte tipificação na Lei Maria da Penha:

- I - a violência física, entendida como qualquer conduta que ofenda sua integridade ou saúde corporal;
- II - a violência psicológica, entendida como qualquer conduta que lhe cause dano emocional e diminuição da autoestima ou que lhe prejudique e perturbe o pleno desenvolvimento ou que vise degradar ou controlar suas ações, comportamentos, crenças e decisões, mediante ameaça, constrangimento, humilhação, manipulação, isolamento, vigilância constante, perseguição contumaz, insulto, chantagem, violação de sua intimidade, ridicularização, exploração e limitação do direito de ir e vir ou qualquer outro meio que lhe cause prejuízo à saúde psicológica e à autodeterminação;
- III - a violência sexual, entendida como qualquer conduta que a constranja a presenciar, a manter ou a participar de relação sexual não desejada, mediante intimidação, ameaça, coação ou uso da força; que a induza a comercializar ou

¹⁸ “A violência doméstica é, na maior parte do tempo, a forma individualizada que, dentro de cada casa, toma a dominação coletiva dos homens sobre as mulheres, ou dos adultos sobre as crianças”. (SMIGAY, 2000, p. 48, citando WELZER-LANG, 1998).

a utilizar, de qualquer modo, a sua sexualidade, que a impeça de usar qualquer método contraceptivo ou que a force ao matrimônio, à gravidez, ao aborto ou à prostituição, mediante coação, chantagem, suborno ou manipulação; ou que limite ou anule o exercício de seus direitos sexuais e reprodutivos;

IV - a violência patrimonial, entendida como qualquer conduta que configure retenção, subtração, destruição parcial ou total de seus objetos, instrumentos de trabalho, documentos pessoais, bens, valores e direitos ou recursos econômicos, incluindo os destinados a satisfazer suas necessidades;

V - a violência moral, entendida como qualquer conduta que configure calúnia, difamação ou injúria.

SMIGAY (2000, pp. 52 e 53) acrescenta ao "catálogo de horrores" de WELZER-LANG outras formas de violências como pode ser observado abaixo (e que hoje poderia ser mais estendido ainda, infelizmente):

Violências físicas: bater, espancar, esmurrar, chutar, bater com mãos, com instrumentos diversos, estrangular, puxar cabelos, beliscar, dar tapas, jogar objetos sobre o outro, queimar com óleo ou água quente, com fogo, ácido, jogá-lo pela janela, trancar (em casa, em armários), sequestrar, impedir de sair, de fugir, fazer gestos obscenos, ameaçadores, eletrocutar, bater sua cabeça em portas, paredes, rasgar roupas, documentos e outros objetos pessoais e/ou de estimação, morder, espremer, afogar, quebrar braços, torcer braço, nariz, matar.

Violências psicológicas: insultar, vexar publicamente o outro, xingar, injuriar, desqualificar publicamente, apresentar-se como portador único de verdade, inferiorizar o outro, definir as condutas possíveis do outro, suas alternativas, amedrontar, recusar expressões de suas emoções e obrigá-lo a viver suas angústias, tristezas, medos; apresentá-lo como louco, incompetente, doente mental, paranoico; fazer-lhe críticas infundadas, ameaçar de represálias, de ser estuproado por amigos (seus ou do casal); ameaçar de morte; chantagear; pressionar o outro utilizando-se do afeto dos filhos ou o direito à guarda das crianças; destruição permanente de sua autoestima, denegação; criar um inferno relacional; fazer chantagens como ameaça de suicídio, responsabilizando-o; ameaças de deportar o cônjuge, quando emigrado ou estrangeiro; de partir e abandoná-lo, impingir ações degradantes, controlar sua movimentação física (saídas de casa, deslocamentos, frequência social / familiar); ridicularizar diferenças sócio-econômicas-culturais; desqualificar o trabalho doméstico; a competência profissional do outro; insultar e desqualificar o gênero feminino; dirigir-lhe expressões insultuosas; controle de sua vida econômica e sua autonomia, impondo privações financeiras.

Violências verbais: gritaria permanente, estressando o ambiente doméstico, familiar; o tom brusco e autoritário para solicitar serviços; ordens e imposição de vontades, de forma abusiva; pressionar o outro de forma intermitente e impaciente; interrupção permanente; críticas à sua maneira de falar, de vestir, de ser; exigência de obediência; não respeito ao isolamento, ao silêncio do outro; obrigá-lo a falar; mudar o assunto da conversação, fazendo-se o centro de interesses; não escutar o outro, não lhe responder; pontuar cada frase com insultos ou com qualificativos infamantes.

Violências sexuais: estuproar, ferir e queimar órgãos sexuais, impor cenas consideradas pornográficas ou degradantes; prostituir o outro; impor abstinência sexual forçada. Violências contra os filhos, contra animais e contra objetos pessoais: espancar, ferir, desqualificar, e demais atos anteriormente descritos, utilizando-se dos significados privilegiados que estes têm para o outro, no sentido de feri-lo, ferindo o objeto investido de afetos.

Dessa forma, considerando a amplitude do conceito, suas formas, bem como as possibilidades de onde pode ocorrer, afirma-se que nesta dissertação o termo será usado no plural, assim sendo, violências contra as mulheres.

Heleieth Safiotti (Ibirá, 1934-2010) pontua que “Violência de gênero é o conceito mais amplo, abrangendo vítimas como mulheres, crianças e adolescentes de ambos os sexos.” (2001, p. 115) Os homens, no exercício de sua função patriarcal, e cumprindo seu projeto de dominação usam das violências para tanto. Safiotti afirma ainda que uma mulher pode agredir fisicamente um homem, mas as mulheres “[...] como categoria social não têm, contudo, um projeto de dominação-exploração dos homens. E isto faz uma gigantesca diferença”. (2001, p. 116)

Entretanto, a violência de gênero pode também ser perpetrada por uma mulher “[...] contra um homem ou contra outra mulher. A ordem das bicadas na sociedade humana é muito complexa, uma vez que resulta de três hierarquias/contradições – de gênero, de etnia e de classe” (SAFIOTTI, 2001, p. 117)¹⁹. Além disso, como explica Smigay (2000, p. 04):

[...] consideramos que a violência doméstica é sempre masculina, qualquer que seja o sexo do agressor, há que se assentar as bases dessa discussão, impedindo sua bicategorização, seu viés essencialista e, portanto, o risco de atrelar o fenômeno ao sexo biológico. Falamos de posição masculina, de uma cultura de violência [...]. Sabemos que a violência não é apanágio de um ou de outro, mas queremos refletir sobre o sentido da violência como componente simbólico do masculino.

E, assim, conclui que “[...] a violência, enquanto uma relação, numa visão estrutural, é masculina e feminina – o que a marca, recorta e lhe oferece originalidade é a imposição de desigualdades hierárquicas”. (SMIGAY, 2000, p. 25)

Nesse sentido, faz-se importante destacar também que

A violência simbólica impregna corpo e alma das categorias sociais dominadas, fornecendo-lhes esquemas cognitivos conformes a esta hierarquia, como já havia, há muito, revelado. É exclusivamente neste contexto que se pode falar em contribuição de mulheres para a produção da violência de gênero. Trata-se de fenômeno situado aquém da consciência, o que exclui a possibilidade de se pensar em cumplicidade feminina com homens no que tange ao recurso à violência para a realização do projeto masculino de dominação-exploração das mulheres. Como o poder masculino atravessa todas

¹⁹ Nesta dissertação, não se adentrará à questão das interseccionalidades, mas é amplamente documentado o quanto mulheres negras, pretas, indígenas, em situação de rua, não escolarizadas e pobres sofrem maiores violências e com maior gravidade. Pontua-se que “[...] Patriarcado e capitalismo não são sistemas autônomos. Nem mesmo interconectados, mas o mesmo sistema. Como formas integradas, eles devem ser examinados juntos. Essa postura vem reforçar a ideia de simbiose patriarcado-racismo-capitalismo [...]”. SAFIOTTI, 1992, p. 195). Esta simbiose é marcada pela contradição, não apresenta separação, nem primazia e foram fundidas historicamente.

as relações sociais, transforma-se em algo objetivo, traduzindo-se em estruturas hierarquizadas, em objetos, em senso comum. (SAFIOTTI, 2001, pp. 118 e 119)

Ainda que a violência de gênero esteja impregnada no corpo e na alma como afirma Safiotti, é salutar informar que as mulheres não são responsáveis “[...] pela ordem patriarcal de gênero e por seus resultados, dentre os quais se situa a violência. Ao contrário, ao longo da história da humanidade, as mulheres têm oferecido muita resistência ao domínio masculino desde sua implantação, há cerca de 7.000-6.500 anos ou, em outro sistema de datação, há 5.100-2.500 anos” (2001, p. 126). Assim sendo, por toda resistência feminina ao longo da história, por não se admitir qualquer tipo de essencialismo (biológico ou social) e mais ainda por se apostar numa resignificação das relações de poder, não se admite às mulheres a posição vitimista e menos ainda como cúmplices de seus agressores. Nem cúmplices, nem vitimistas²⁰, nem responsáveis. Adota-se, portanto, uma perspectiva feminista que “[...] toma o gênero como categoria histórica, portanto substantiva, e também como categoria analítica, por conseguinte, adjetiva.” (SAFIOTTI, 2001, p. 129). A autora mencionada completa sua definição de gênero:

Como o gênero é relacional, quer enquanto categoria analítica, quer enquanto processo social, o conceito de relações de gênero deve ser capaz de captar a trama de relações sociais, bem como as transformações historicamente por ela sofridas através dos mais distintos processos sociais, trama esta na qual as relações de gênero têm lugar.

Nesse interim, como as relações de gênero são carregadas do binômio dominação-exploração, faz-se necessário dimensionar melhor como este se expressa.

²⁰ Acerca da recusa de vitimização e cumplicidade da mulher, cita-se explicação fornecida por Safiotti (1997, pp. 69, 70 e 71): “No caso específico da violência masculina contra a mulher, o agressor parte da premissa de que a mulher é tão-somente o objeto de suas ações. A corrente vitimista de pensamento tende a pensar a mulher como vítima passiva. Entretanto, as evidências caminham em sentido oposto, embora as queixas registrem a “passividade” da mulher. “A queixa é a narrativa em que a pessoa que é objeto de algum infortúnio constrói discursivamente a sua posição enquanto vítima. Narrativa peculiar: expõe e, paradoxalmente, alimenta/ incita/reitera algumas das condições que fazem operar a violência. (...) na queixa existe a fruição, o desejo de enlaçar o outro e se auto aprisionar em um modelo em que nada se exige de si mesmo, pois é no outro que continuará a residir o dever da proteção, do amparo e da benevolência” (Gregori, 1989:167 e 171). É preciso, porém, esclarecer bem os limites dentro dos quais se aceita a assertiva de Gregori. No momento da queixa, a atriz desempenha um papel, que a vitimiza. Vitimizar-se significa perceber-se exclusivamente enquanto objeto da ação, no caso violência, do outro. [...] É este sujeito, sempre ativo, que estuda a relação custo-benefício e, certa ou erroneamente, decide pela representação do papel de vítima passiva. Provavelmente, o sujeito manobra o ator ou a atriz, numa negociação permanente. Mas isto é muito diferente de afirmar que a vítima é passiva ou não-sujeito. [...] Considera-se importante mostrar que as mulheres são vítimas da violência de gênero, o que não significa tomá-las como passivas. E isto é distinto de assumir uma postura vitimista. Para poder ser cúmplice do homem, a mulher teria de se situar no mesmo patamar que seu parceiro na estrutura de poder. Só este fato a colocaria em condições de consentir na violência masculina (Mathieu, 1985)”.

A relação de dominação-exploração não presume o total esmagamento da personagem que figura no polo de dominada-explorada. Ao contrário, integra esta relação de maneira constitutiva a necessidade de preservação da figura subalterna. Sua subalternidade, contudo, não significa ausência absoluta de poder. Com efeito, nos dois polos da relação existe poder, ainda que em doses tremendamente desiguais. Que esta desigualdade não induza o leitor a pensar numa relação de hierarquia, quando se trata, como se verá adiante de uma relação contraditória. [...] Como na dialética entre o escravo e seu senhor, homem e mulher jogam, cada um com seus poderes. o primeiro para preservar sua supremacia, a segunda para tornar menos incompleta sua cidadania. (SAFIOTTI, 1992, p. 184)

Assim, dominação e exploração fazem parte das relações de gênero, ficando a primeira para os explorados e a segunda para os subordinados.

Acerca do poder, Safatle faz uma reflexão interessando associando-o à melancolia e à constituição do ser e sua ontologia.

O poder age produzindo em nós melancolia, fazendo-nos ocupar uma posição necessariamente melancólica. Podemos mesmo dizer que o poder nos melancoliza e é desta forma que ele nos submete. Esta é sua verdadeira violência, muito mais do que os mecanismos clássicos de coerção, pois violência de uma regulação sexual que internaliza uma clivagem, mas clivagem cuja única função é levar o eu a acusar a si mesmo em sua própria vulnerabilidade. Desta forma, a melancolia aparece como uma das múltiplas formas, mas a mais paralisante, de aceitar ser habitado por um discurso que, ao mesmo tempo, não é meu mas me constitui. (SAFATLE, 2019, p. 190)

Faz-se premente também, na discussão acerca das violências de gênero, dentro da perspectiva feminista dos direitos humanos, admitir a possibilidade das diferenças e da igualdade simultaneamente.

Efetivamente, tomando-se distância do androcentrismo, pode-se pensar os seres humanos como portadores de necessidades, interesses e aspirações diferentes, cuja satisfação pode mais facilmente ocorrer se as categorias de gênero mantiverem relações simétricas. Isto é, não só a diferença não precisa ser suprimida como pode ser cultivada, quando a igualdade constitui o pano de fundo, o elemento fundamental, a argamassa das relações de gênero. (SAFIOTTI, 1994, p. 444)

As violências manifestam-se, assim, quando as diferenças são convertidas ou valoradas em desigualdades. Nesse ponto, talvez resida mais um argumento contrário à ideia de que as mulheres aceitam ou consentem as violências. Como bem lembra Safiotti (1994), o consentimento pressupõe uma relação entre iguais e igualdade é tudo que não se vislumbra entre os gêneros, ao contrário a estrutura da sociedade em gênero é completamente assimétrica.

[...] é extremamente negativo quando a diferenciação entre homens e mulheres se transforma em hierarquias, seja na direção de inferiorizar a mulher, como acontece em todas as sociedades em maior ou menor grau, seja na direção oposta. O ideal seria uma organização de gênero que mantivesse no mesmo patamar, quanto às probabilidades de exercício do poder, homens e mulheres. Condição *sine qua non* para isto consiste em atribuir o mesmo valor ao

feminino e ao masculino. Esta é uma utopia feminista que vale a pena perseguir, mesmo porque ela traria enormes benefícios não apenas para as mulheres como também para os homens. (SAFIOTTI, 1994, p. 461)

Ainda de acordo com Safiotti, ao homem cabe a violência gestada e nutrida pelo patriarcado e é essa mesma violência é o principal elemento de enquadramento da mulher nas relações de gênero. Além disso, a agressividade²¹ transformada em agressão torna-se um componente das masculinidades.

[...] a violência constitui elemento fundamental de enquadramento da mulher brasileira no ordenamento social de gênero. O domicílio, deste modo, mostra-se o *locus* privilegiado do exercício da violência contra a mulher como forma de controle social e de reafirmação do poder do macho. As representações sociais a respeito da violência masculina contra a mulher construíram um verdadeiro mito, segundo o qual os homens violentos pertencem às classes subalternas e, ou são monstros anormais ou estão sob o efeito de forte emoção, e, portanto, sem domínio de si próprios e das forças que são capazes de liberar. [...] O homem violento - e os homens são, potencialmente, capazes de praticar violência - é gestado pelo ordenamento social patriarcal e nutre, através de suas práticas sociais, este tipo de relações de gênero. (SAFIOTTI, 1994, p. 452)

Potencialmente, todo homem é violento à medida que é incentivado, cotidianamente, a ser valente, a mostrar que é macho, masculinidade sendo sinônimo de transformação da agressividade em agressão. A mulher, ao contrário, é estimulada a suportar calada os maus-tratos a ela infligidos por seu companheiro, sobretudo quando este é um bom provedor das necessidades materiais da família. [...] Desconsideram-se, assim, outras necessidades da mulher enquanto ser humano. [...] Assim, trata-se de dois pesos e duas medidas, cuja operação contínua garante as desigualdades de gênero. (SAFIOTTI, 1994, p. 460)

Toda essa dinâmica violenta reforçada cotidianamente, “[...] este fenômeno é consubstancial ao gênero. Trata-se, pois, de um importante meio de controle social, cuja função precípua consiste na domesticação das mulheres”. (SAFIOTTI, 1994, p. 460)

Esse processo de domesticação se relaciona mesmo ao processo de “amansar” a mulher para que possa se submeter ao masculino. Smigay (2000) citando a obra de Bourdieu (*A dominação masculina*) – inclusive ponderando que sociólogas feministas já haviam feitos elaborações no mesmo sentido, sem o devido reconhecimento público – retoma o conceito de virilidade associando à violência.

BOURDIEU (1998) apresenta uma poderosa teoria acerca o processo de socialização de gêneros, em especial do masculino dominante, incluindo a conceituação de virilidade (que ele nomeia como capacidade reprodutiva, sexual e social, aptidão ao combate e ao exercício da violência), produzindo, como efeito, uma tensão permanente, na medida em que deve ser permanentemente repostas. (SMIGAY, 2000, p. 128)

²¹ “Agressividade pode ser considerada inerente ao sujeito. Por outro lado, conflito é diferente de violência. Conflito é inerente ao vínculo social”. (SMIGAY, 2000, p. 25)

Smigay (2000, p. 217) traz ainda um conceito interessante que é o da violência engendrada “[...] sendo seu sentido a imposição de um poder disciplinador, mas desigual. Ela nega os valores de liberdade individual, não convida para um projeto coletivizante, vitimiza ao aprisionar a vontade e o desejo, submetendo-os às paixões do opressor”. E quanto ao *locus* da violência de gênero conclui que “[...] não se configura nem como drama privado, nem como tragédia pública, mas drama privado e público, tragédia pessoal e coletiva”. (SMIGAY, 2000, p. 218)

Para finalizar este tópico, lembra-se que “[...] não há um polo passivo e um polo ativo, mas dois polos ativos numa correlação de forças em permanente luta pela hegemonia” (SAFIOTTI, 1997, p. 75). O papel de negociar é “[...] frequentemente desempenhado pela mulher enquanto sujeito-vítima preferencial da violência de gênero” (SAFIOTTI, 1997, p. 77). Quanto à hegemonia somente poderá ser criticada e transformada por uma matriz subversiva de gênero, como Safiotti pontua referindo-se à Butler.

4. METODOLOGIA

[...] incubem-nos distinguir entre três camadas de tema ou mensagem, sendo que a mais baixa é comumente confundida com a forma e a segunda é o domínio especial da iconografia em oposição à iconologia. Em qualquer camada que nos movamos, nossas identificações e interpretações dependerão do nosso equipamento subjetivo e por essa mesma razão terão de ser suplementados e corrigidos por uma compreensão dos processos históricos cuja soma total pode denominar-se tradição. (PANOFSKY, 2001, pp. 63 e 64)

[...] a propaganda é um meio divulgador de cultura. A justificativa dos publicitários para a difusão de determinados modelos remete ao “espelho da sociedade” – “nós só mostramos aquilo que o consumidor quer ver” –, não se responsabilizando pela “mediação” entre a realidade e um projeto da realidade. (BELELI, 2007, p. 193)

Erwin Panofsky (Hanôver, 1892-1968) crítico e historiador da arte, foi um grande expoente e teórico em iconografia e iconologia no século XX, sendo que de acordo com o mesmo: “[...] iconografia é a denominação dada ao estudo dos significados convencionais das imagens, e iconologia refere-se à interpretação que vai além dos dados visuais e sintetiza o significado cultural mais profundo da imagem” (MOREIRA, 2018, p. 02). Contudo, esses conceitos não são consensuados²² e as atividades mencionadas podem até se sobrepor. Para Moreira (2018), a iconologia seria a última etapa da iconografia, uma fase interpretativa das imagens, antecedida de duas outras fases, sendo uma descritiva e outra analítica, “decodificadora de significados convencionais” (p. 02). Para Unfried (2014), a

[...] iconografia seria a responsável pela reconstituição dos elementos visíveis que compõem a fotografia, enquanto ficaria a cargo da iconologia uma minuciosa recuperação das informações codificadas (invisíveis) dentro desta imagem. Ele [Boris Kossoy²³] explica que, no caso da representação da imagem fotográfica, “ver, descrever e constatar não é o suficiente”. Neste momento, no qual a iconografia se torna insatisfatória à apreensão da mensagem, se faz necessário o mergulho na cena representada, para a compreensão do fragmento retratado em sua interioridade. [...] a análise iconográfica corresponde à investigação da “realidade exterior”, ou seja, da

²² Uma outra possibilidade conceitual descrita por Santos (2020): “Inicialmente, no final do século XVI, o termo “iconologia” foi empregado por Ripa para determinar as regras para a representação de atributos e de imagens – nas narrativas alegóricas exploradas em pinturas ou esculturas. Ou seja, “iconologia” era sinônimo de ‘alegoria’”. (p. 01)

²³ Boris Kossoy (São Paulo, 1941) é fotógrafo, pesquisador, historiador e professor.

segunda realidade – do documento – criada a partir do instante do clique. Por meio deste mecanismo torna-se possível a recuperação de informações preciosas para a reconstituição histórica. Já a análise iconológica corresponde à investigação da “realidade interior”, ou primeira realidade, anterior à tomada. Trata-se de desvendar a trama histórica e social da imagem, bem como avaliar sua dimensão cultural e ideológica. (pp. 04 e 05, citando Kossoy)

Santos (2020) ao consultar os significados e etimologia das palavras pontua que:

Segundo o “Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa”, o termo “iconografia”, cuja etimologia vem do grego *eikonographia*, foi inserido no vocabulário francês como *iconographie* em 1547, e é relativo ao estudo das representações figuradas, ou ainda, como um conjunto de ilustrações. No “Diccionario da Lingua Portuguesa” organizado pelo carioca Antônio de Moraes Silva e publicado em Lisboa em 1789, o verbete “iconografia” foi incluído na sexta edição, que data de 1858 (HOUAISS, 2001). Definida como substantivo feminino, a palavra “iconografia” identifica o estudo descritivo da representação visual de símbolos e imagens tal como se apresentam nos quadros, gravuras, estampas, medalhas, efígies, retratos, estátuas e monumentos de qualquer espécie, sem levar em conta o valor estético que possam ter. (p. 12)

Panofsky, se apoiou na etimologia e sufixos das palavras – “grafia” remetendo a algo descritivo e “logia” a algo relativo ao pensamento ou razão. Acerca da diferença entre os sufixos, temos:

[...] o sufixo “grafia” deriva do verbo grego *graphein*, que significa escrever. Relata o que está “escrito” na imagem. Trata-se, portanto, de um método puramente descritivo, ou seja, “coleta e classifica a evidência, mas não se considera obrigada ou capacitada a investigar a gênese”. Já o sufixo “logia” deriva de *logos*, que significa pensamento (razão). Iconologia, portanto, é um método [...] de interpretação que advém da síntese mais do que da análise. Assim como a exata identificação dos motivos é o requisito básico de uma correta análise iconográfica, também a exata análise das imagens, estórias e alegorias é o requisito essencial para uma correta interpretação iconológica. (UNFRIED, 2014, p. 03, citando Panofsky, 2011, p.54).

E em Santos (2020) encontramos a descrição do método de Panofsky:

O método inclui três diferentes procedimentos. O primeiro trata do tema primário ou do mundo dos motivos. Quando o leitor/espectador efetua a descrição “pré-iconográfica”, na qual são identificadas as figuras e os objetos representados na narrativa pictórica ou escultórica, que representam um acontecimento. O segundo é nomeado como “análise iconográfica”. Enfoca o tema secundário ou convencional, o mundo das imagens, estórias e alegorias. No qual é necessário que o espectador/leitor recorra à bibliografia de outras áreas do conhecimento, que estão além da criação artística analisada. O terceiro, determinado como “interpretação iconológica”, exige mais do que as fontes literárias empregadas para decifrar os atributos e as estórias representadas nas obras. É quando o espectador/leitor ou historiador da arte relacionam as criações artísticas com o meio em que foram produzidas – com as tendências políticas, poéticas, religiosas, filosóficas e sociais do artista, de uma determinada época e de um lugar específico. (p. 35)

Para além de todas as possibilidades conceituais dos termos e o emprego inicial do método para obras de artes²⁴ (que não são o caso desta dissertação), apropriando-se das definições de Panofsky e pelo investimento em se analisar o contexto social, geográfico e histórico das imagens em questão, afirma-se que se fez iconologia das mesmas. Semelhante à Panofsky e seguindo seu método, analisando as formas presentes nas imagens – e entende-se por formas aqui objetos, situações e gestos – foi possível desvelar o conteúdo das imagens buscando a realidade à que ela faz menção.

Além disso, fez-se uso também da pesquisa documental por acreditar que os diferentes métodos de pesquisa devam ser escolhidos de acordo com os escopos de cada investigação e para a pesquisa em tela a análise das diversas imagens, expressas em campanhas publicitárias, já produzidas e publicizadas propiciaram excelente material de análise e pesquisa. Além disso, fez-se importante potencializar a leitura oferecida pelos diversos documentos existentes uma vez que é notável a crescente disponibilidade de dados e informações acessíveis hoje, possibilitando a pesquisa em fontes documentais de várias naturezas.

Considerando ainda os esclarecimentos e conceitos de May (2004) acerca da pesquisa documental, esta dissertação utilizou imagens e arquivos iconográficos diversos, de domínio público. Foi exigida, assim, uma postura teórica e metodológica que garantiu a sistematização da observação e de todas as informações colhidas. Dessa forma, encontrou-se as fontes, ou seja, imagens nas quais homens estavam retratados e enquadrados e que as configurações da identidade dos mesmos possam estar relacionadas às violências cometidas contra as mulheres. Pontua-se que Deboni e Silva (2018, p.195), citando Blikstein²⁵, esclarecem que:

Como a imagem tem o poder de evocar sentidos e emoções, será feita a análise delas de acordo com a técnica de comunicação escrita, conforme os ensinamentos de Blikstein (2006), aplicando os conceitos do signo de Saussure. Para Blikstein (2006, p.32), “[...] o signo é a unidade formada por um estímulo físico (sons, letras, imagens, gestos etc) e uma ideia. O estímulo físico é o significante, e a ideia é o significado [...]”. Assim, as imagens que serão analisadas é o significante. O significado será estabelecido consoante os estímulos fornecidos pelo significante. [...] “[...] a estrutura de todos os sistemas de comunicação (escritos, orais, visuais etc) está apoiada em signos [...]”.

²⁴ “[...] não consideramos o processo de criação publicitária como um processo artístico. Acreditamos que pode haver algum grau de artisticidade em determinados projetos, mas, sobretudo, que é a partir de um repertório de conhecimento iconográfico da história da arte e da própria história da propaganda que a figura do diretor de arte irá ampliar as suas possibilidades criativas. Ou seja, que é possível haver influências claras de movimentos artísticos ou da poética de determinado artista na construção da imagem publicitária”. (CHAGAS, 2016, p. 141)

²⁵ Izidoro Blikstein (Araguari, 1938) é linguista, tradutor, professor e semiótico.

E vale mencionar ainda que Beleli (2007, p. 194) afirma que a “[...] análise das imagens, os recursos de linguagem e a fala dos publicitários sobre o processo de criação possibilitam perceber como a utilização dessas categorias ora reificam, ora desestabilizam ordens estabelecidas”. Assim, foi possível refletir acerca do modelo hegemônico de homens forjado pelo patriarcado, de algumas de suas categorias e configurações de identidades, do enquadre e das regras, bem como das representações simbólicas que remetem às violências contra as mulheres.

Além do mais, e ainda remetendo à classificação de May (2004), os documentos que foram utilizados para a realização deste trabalho vieram de fontes secundárias, bem como são de natureza pública e, assim, abertos a todas e todos.

Outra técnica que também se utilizou neste trabalho relacionou-se a análise de conteúdo. Malta (2014, p. 2), citando Laurence Bardin²⁶, conceitua que “[...] a análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. E Padilha e Rodrigues (2016, p. 11), também citando Bardin, pontuam que “[...] a análise de conteúdo pressupõe o levantamento de categorias de análise, enquanto elementos essenciais para a exploração do material coletado [...] [e] faz-se importante especificar o *corpus* da pesquisa [...]”.

Com relação ao *corpus*, pode ser definido como

uma coleção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, com (inevitável) arbitrariedade, e com a qual ele irá trabalhar" (Barthes, 1967: 96). Barthes ao analisar textos, imagens, música e outros materiais como significantes da vida social, estende a noção de *corpus* de um texto para qualquer outro material. (MARTIN e GASKELL, 2015, p. 44)

Um pouco mais à frente os autores elucidam quanto ao delineamento do *corpus*:

As sugestões de Barthes²⁷ (1967: 95s.) para o delineamento do *corpus* podem ser úteis para a seleção qualitativa: relevância, homogeneidade, sincronicidade. Primeiramente, os assuntos devem ser teoricamente relevantes, e devem ser coletados a partir de um ponto de vista apenas. Os materiais em um *corpus* têm apenas um foco temático apenas um tema específico. [...] Os materiais a serem estudados devem ser escolhidos dentro de um ciclo natural: eles devem ser sincrônicos. (MARTIN e GASKELL, 2015, pp. 55 e 56)

²⁶ Laurence Bardin (nasceu em Lorraine, França) é professora na Paris V e responsável pela análise de conteúdo nas Ciências Sociais.

²⁷ Roland Barthes (Cherbourg, 1915-1980) foi escritor, sociólogo, crítico literário, semiólogo e filósofo francês.

A análise de conteúdo é, assim, interessante de se somar à iconologia e à pesquisa documental porque trabalha e permite a análise dos significados e dos significantes. E, nesse sentido, temos: 1. o *corpus* dessa pesquisa foi estabelecido a partir da pré-análise e organização dos materiais coletados, bem como das categorias que foram observadas e relacionadas às masculinidades hegemônicas e às configurações de identidades e representações simbólicas que remetem às violências contra as mulheres; 2. a exploração do material coletado permitiu a organização dos dados, a definição de categorias e a realização de uma descrição relacionada às formas. Tem-se aqui uma fase pré-iconográfica, nos termos de Panofsky; 3. a análise iconográfica, fase analítica, que permitiu certo aprofundamento do material coletado e certa síntese dos elementos que se assemelham ou divergem. Neste ponto, temos a observação de uma segunda realidade àquela inerente à imagem; 4. a interpretação iconológica, que se remete ao significado cultural mais profundo, à decodificação de uma primeira realidade trazida pela trama histórica e social que produziu a imagem. O que foi “escondido” na imagem? Tratou-se de realizar uma interpretação, antecedida pela inferência, apoiada na análise e síntese dos dados por meio da intuição, reflexão e embasamento prévio.

Importante mencionar que a análise prévia e exploratória do material coletado levada à banca de qualificação dessa dissertação possibilitou a delimitação do *corpus* dessa pesquisa relativo à um estudo comparativo das imagens²⁸ em peças publicitárias dos anos 50 do século XX e dos anos 10 do século XXI. Além disso, frisa-se que os anos 50 marcaram um novo tempo na publicidade, notadamente pela chegada da TV, que influenciou enormemente os anos subsequentes e os anos 2000 inauguraram o novo e esperado século/milênio. Concebeu-se, assim, que um estudo comparativo entre essas décadas seria interessante e significativo.

O foco de observação esteve sempre na representação dos homens/masculinos/machos retratados e enquadrados, então tem-se aí o critério principal para a escolha das imagens (lembra-se que o conceito de imagem nesta dissertação se remete à Flusser (2009, p. 07) em que “Imagens são superfícies que pretendem representar algo.” Este é o critério homogeneizador desta pesquisa. Além disso, Padilha e Rodrigues

²⁸ Para lembrar e ressaltar um pouco da discussão acerca das imagens, cita-se: “Antes de nos achegarmos aos usos específicos, é importante discutir algumas falácias sobre registros visuais. Uma falácia está implícita na frase “a câmera não pode mentir”. [...] Uma segunda falácia comum sobre fotografia é de que ela é simplesmente e universalmente acessível a qualquer um do mesmo modo – que ela opera transculturalmente, independentemente dos contextos sociais, de tal modo que todos a verão e entenderão o mesmo conteúdo na mesma fotografia. (MARTIN e GASKELL, 2015, pp. 139 e 140)

(2016, p. 2), citando Jonathan Ned Katz, apontam que “[...] os pesquisadores se acostumaram a observar as minorias sexuais, mas esqueceram de analisar os sujeitos dominantes – como eles desfrutam de sua hegemonia, reforçam-na e, até mesmo, sofrem dela”. É, por isso, que nesse trabalho o foco estará nos homens, na forma como são retratados e enquadrados nas imagens, compreendendo que se faz necessário analisar e compreender como o modelo hegemônico patriarcal reforça aspectos, identidades, modos de ser e em como isso perpassa a relação desses sujeitos com as mulheres, com as violências que cometem e que também sofrem.

Com relação à escolha das imagens, seguiu-se o ensinamento por Gemma Penn no livro organizado por Martin e Gaskell (2015):

O primeiro estágio é escolher as imagens para serem analisadas. A escolha dependerá do objetivo do estudo e da disponibilidade do material. Por exemplo, é muitas vezes necessário um bom tempo para ir ao enalço de comerciais específicos, ou material de campanha, não mais disponíveis. [...] O segundo estágio é identificar os elementos no material. Isto pode ser feito listando os elementos sistematicamente, ou fazendo anotações no traçado do material. A maioria do material comercial contém tanto texto como imagem, e nenhum deles deve ser ignorado. [...] O terceiro estágio é a análise de níveis de significação mais altos. Ele é construído a partir do inventário denotativo e irá fazer a cada elemento uma série de perguntas relacionadas. [...] Teoricamente, o processo de análise nunca se exaure e, por conseguinte, nunca está completo. Isto é, é sempre possível descobrir uma nova maneira de ler uma imagem, ou um novo léxico, ou sistema referente, para aplicar à imagem. Para fins práticos, contudo, o analista irá normalmente querer declarar a análise terminada a certa altura. (pp. 325 a 332)

E foi exatamente o que foi feito na pesquisa desta dissertação. Considerando os objetivos e a disponibilidade do material (um tempo considerável foi empregado na busca das imagens), aspectos históricos e sociais, levando em consideração, como já explicitado, a centralidade da figura masculina nas mesmas, e considerando ainda os elementos disponíveis e os níveis de significação, percebeu-se que uma boa parte do material coletado se circunscrevia em duas épocas distintas, daí a ideia da comparação entre as décadas de dois séculos diferentes.

Já com relação ao uso de imagens presentes em peças publicitárias, lembra-se que a “[...] publicidade se baseia numa dada realidade social, mas apresenta imagens que também irão servir de espelho para o público, fazendo-o desejar alcançar aquele ideal de representação” (CHAGAS, 2016, p. 143). A utilização de imagens, seja na forma de ilustrações ou fotografias, servem sempre à encomenda feita, assim “[...] imagens que devem se adequar a um discurso e devem se enquadrar também em uma determinada aplicação, de acordo com a mensagem planejada” (CHAGAS, 2016, p. 141). E há grandes

possibilidades na junção da imagem publicitária e da iconografia e nas reflexões que a advêm da primeira em relação com a segunda, dividindo-se em duas estruturas:

a primeira delas seria a iconografia clássica, para a qual o publicitário, muitas vezes, irá se remeter ao criar suas imagens; enquanto a segunda seria aquilo que ele denomina de “iconogramas”, que são construídos no decorrer da história da publicidade e envolvem os tipos de enquadramento, de poses dos modelos fotografados, de suas hierarquias na composição, de iluminação, de ângulos para determinados produtos. (CHAGAS, 2016, p. 146 – citando Umberto Eco, 1997)

As imagens difundidas, por diversos meios, em campanhas publicitárias interessaram sobremaneira a esta dissertação, pois explicitam, muito além de produtos a serem comercializados, estereótipos²⁹ e configurações de identidades; e robustecem identificações e padrões. Dessa forma, Chimieski e Quadrado (2017, p. 1) citando Ruth Sabat, lembram que a publicidade “[...] representa uma pedagogia e um currículo cultural que produzem valores e saberes, regulam condutas e modos de ser, fabricam identidades e representações, constituem relações de poder”. Ainda de acordo com as autoras mencionadas, é importante perceber as propagandas não como simples “[...] instrumentos mercadológicos, e passando a compreendê-las como uma prática discursiva, um artefato cultural, que operando efetivamente na constituição de subjetividades e sujeitos na sociedade contemporânea”. (CHIMIESKI e QUADRADO, 2017, p. 2)

Beleli (2007, p. 194), por sua vez, esclarece que

[...] uma propaganda eficaz é aquela que oferece a ‘sensação’ de que o consumidor está escolhendo livremente um modo de ser. [...] Essa ‘livre escolha’ está informada por modelos estabelecidos, provocando um assujeitamento aos padrões socialmente aceitos. [...] esses modelos são utilizados para criar intimidade com os consumidores, de forma que eles se vejam refletidos nas imagens propostas. [...] ao propor que o consumidor se identifique com a marca/logo, também propõe uma identificação com determinados modelos que reforçam “identidades”.

Além disso, “[...] boa parte dos publicitários, senão a maioria, insiste que a propaganda é mera descrição da realidade. [...] Nós só dizemos aquilo que o consumidor quer ouvir”. (BELELI, 2007, p. 207 e 212). E Medeiros (2018, p.151), citando Christoph Wulf, pontua acerca da “confusão”, ou melhor, fusão entre os campos da realidade e fantasia mediadas pelo mundo das imagens:

O mundo das imagens que é gerado, por sua vez, afeta a própria vida. Torna-se cada vez mais difícil fazer distinções entre vida, arte fantasia, realidade. Os

²⁹ Beleli (2007, p. 194) citando Bhabha, traz um conceito de estereótipo que interessa bastante às reflexões aqui feitas: “[...] alude a uma ideia de imutabilidade, no entanto, Homi Bhabha, ao construir uma teoria do discurso colonial, aponta sua ambivalência: “o estereótipo é uma forma de conhecimento e identificação que vacila entre o que está sempre no ‘lugar’, já conhecido, e algo que deve ser ansiosamente repetido”.

campos confundem-se. A vida torna-se o modelo, a protoimagem do mundo de aparências e vice-versa. O visual está em uma trajetória hipertrófica.

E para finalizar esse tópico relacionado aos métodos usados nesta pesquisa, cita-se fala de Sontag que iguala imagens publicitárias a outros tipos de imagens:

Toda imagem é vista em algum cenário. E os cenários se multiplicaram. [...] Fotos publicitárias são, muitas vezes, tão ambiciosas, engenhosas, enganosamente espontâneas, transgressivas, irônicas e solenes quanto fotos artísticas. [...] havia uma enorme e insuperável diferença de aspecto entre os dois tipos de fotografia, a “editorial” e a “publicitária”. Agora, não existe mais. [...] parece não haver hoje maneira de garantir um espaço contemplativo ou inibidor para coisa alguma. (SONTAG, 2003, p. 100)

5. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Elevar seu pensamento à altura de uma cólera, elevar sua cólera à altura de um trabalho. Tecer esse trabalho com questões colocadas simultaneamente à técnica, à história e ao direito. Para saber abrir nossos olhos para a violência do mundo inscrita nas imagens. (DIDI-HUBERMAN, 2018, p. 105)

[...] investigar sobre masculinidades significa não apenas apreender e analisar os signos e significados culturais disponíveis sobre o masculino, mas também discutir preconceitos e estereótipos e repensar a possibilidade de construir outras versões e sentidos. Situa-se, portanto, nos usos e efeitos que orientam os jogos de discursos e práticas, ou mais precisamente práticas discursivas, que tendem a transformar diversidade em desigualdade. (MEDRADO E LYRA, 2008, pp. 825 e 826)

Inicia-se esta parte da dissertação ponderando sobre a estrutura de dominação patriarcal que se alicerça sobre uma base infelizmente muito forte da qual não apenas indivíduos devem ser responsabilizados, mas toda uma coletividade e conjuntura. Assim sendo, vale a pena iniciar essas análises considerando que a

[...] dominação dos homens sobre as mulheres e sobre o feminino não possui autoria única, mas uma constelação de autores, que inclui, além dos homens, a mídia, a educação, a religião, as mulheres e as próprias políticas públicas. Em outras palavras, partimos da perspectiva de que o poder coletivo dos homens não é construído apenas nas formas como os homens interiorizam, individualizam e o reforçam, mas também nas instituições sociais. (MEDRADO E LYRA, 2008, p. 826)

Com relação à mídia, umas das instituições citadas acima e que terá uma de suas dimensões muito analisada aqui, destacam-se as considerações de Judith Butler em *Corpos em aliança e a política das ruas: notas para uma teoria performativa de assembleia*. Comumente a mídia divulga imagens de sofrimento, e diferentemente de Sontag que discorre sobre a paralisia e o anestesiamiento que tais imagens provocam, Butler reforça a necessidade de um posicionamento ético e político diante das mesmas.

[...] somos instados por imagens do sofrimento distante de formas que despertam a nossa preocupação e nos movem para a ação, ou seja, a expressar a nossa objeção e a registrar a nossa resistência a tal violência através de meios políticos concretos. Dessa maneira, podemos dizer que não apenas recebemos informações da mídia com base nas quais nós como indivíduos decidimos então fazer ou não fazer alguma coisa. Não apenas consumimos, nem ficamos apenas paralisados pelo excesso de imagens. Algumas vezes, não sempre, as

imagens que nos são impostas operam como uma solicitação ética. (BUTLER, 2019, p. 112)

A diferença entre as concepções e afirmações das filósofas já foi tema desta dissertação e não se pretende retomar o assunto, mas tecer algumas considerações a respeito da mídia e em como nos posicionamos, especialmente com relação às imagens de sofrimento divulgadas em larga escala. Butler faz uma forte associação entre a realidade que vem de fora através da mídia, nem sempre “autorizada”, e em como a receptividade à essa realidade fornece bases para uma ação baseada na ética.

De acordo com essa visão da obrigação ética, a receptividade não é apenas uma precondição para a ação, mas um dos seus aspectos constitutivos. O termo “mídia” nomeia qualquer forma de apresentação que nos mostre uma versão da realidade vinda de fora [...]. Pode parecer um salto, mas gostaria de sugerir que essa breve consideração sobre o que não é escolhido na força da imagem articula algo sobre as obrigações éticas que se impõem a nós sem o nosso consentimento. [...] Na verdade, a responsabilidade pode muito bem estar implicada no domínio extenso do não consensual. (BUTLER, 2019, pp. 114 e 115)

Mas, mais ainda, a maneira como se lida com a mídia e o sofrimento que está distante – essa realidade trazida pela mídia – e aquele sofrimento que está próximo, sendo uma realidade vivenciada e experienciada sem interlocução, determina o posicionamento ético que conduz ou não à ação, mesmo que em ambas as situações haja um sentimento ético. Sentir apenas o sofrimento midiático parece esvaziar a capacidade de ação.

Acredito que essa seja provavelmente uma experiência que temos em relação à mídia, que nos aproxima do sofrimento mais distante ao mesmo tempo que faz o mais próximo parecer distante. [...] Se tenho um vínculo apenas com aqueles que sofrem a distância, e nunca com aqueles próximos de mim, então esvazio minha situação em um esforço para assegurar uma distância que me permita alimentar um sentimento ético e até mesmo me sentir ética. (BUTLER, 2019, pp.115 e 116)

Além disso, as projeções da mídia podem fazer com que barreiras de espaço e de tempo sejam quebradas e passa-se a sentir um sofrimento não vivenciado, ligado a uma realidade vinda de fora, globalizada.

[...] estarmos despreparados para uma imagem da mídia que oprime pode nos levar não à paralisia, mas a uma situação de comoção, em que agimos precisamente porque somos afetados, e de estarmos ao mesmo tempo lá e aqui e, de diferentes maneiras aceitando e negociando a multilocalidade e a temporalidade cruzada das conexões éticas que podemos chamar corretamente de globais. (BUTLER, 2019, p. 117)

Contraditoriamente, nessas situações, pode-se deixar de vivenciar e de se posicionar diante do sofrimento experienciado que está próximo e a capacidade de agir levando em

consideração a obrigação ética esvazia-se, sendo reversível apenas se contornada/diminuída a distância. Para além da empatia, Butler chama atenção para a inatividade que emerge do sofrimento trazido pela mídia, portanto exterior e distante.

Quando somos afetados pelo sofrimento dos outros, não é apenas porque nos colocamos em seu lugar ou porque eles usurpam o nosso lugar; talvez se trate de um momento no qual uma determinada ligação nevrálgica é evidenciada e eu me torno de alguma maneira implicado em vidas que claramente não são como a minha. [...] Na melhor das hipóteses, algumas representações midiáticas do sofrimento de pessoas distantes nos levam a abrir mão dos nossos comunitários mais estreitos e a reagir, algumas vezes a despeito de nós mesmos e às vezes contra a nossa vontade, a uma injustiça da qual tomamos conhecimento. Essas apresentações podem aproximar o destino dos outros ou fazer com que ele pareça muito distante, mas, ainda assim, os tipos de reivindicação ética que surgem por meio da mídia nessas ocasiões dependem dessa reversibilidade da proximidade e da distância. (BUTLER, 2019, p. 132)

Contudo, a homogeneização provocada pela precariedade humana e as alianças feitas contra essa mesma precarização e maximização para algumas vidas não vivas, torna todos os sofrimentos semelhantes e quebra as barreiras de tempo e distância e, talvez, encontra-se aí algo relativo à contribuição contraditória da mídia.

As formas de convivência caracterizadas pela igualdade e pela precariedade minimizada se tornam o objetivo a ser alcançado por toda luta contra a sujeição e a exploração, mas também o objetivo que começa a ser alcançado na prática de alianças que se forma a distância, a fim de atingir esse mesmo objetivo. Lutamos na precariedade, a partir dela e contra ela. [...] Podemos estar vivos ou mortos para o sofrimento dos outros – eles podem estar vivos ou mortos para nós. Mas é só quando entendemos que o que acontece lá também acontece aqui e que “aqui” já é necessariamente outro lugar, que temos a chance de compreender as difíceis e instáveis conexões globais de forma que nos permitem conhecer o transporte e a restrição do que ainda podemos chamar de ética. (BUTLER, 2019, p. 134)

E nesse sentido, relativo à capacidade humana de cindir contra toda e qualquer precariedade que se ressalta a definição para o verbo fornecida por Didi-Huberman, portanto para a ação do termo, mediada pela capacidade de falar sobre a violência.

Cindir: elevar seu pensamento à altura de uma cólera. Protestar. Separar, recindir as coisas que pareciam evidentes. [...] e que a esse título elas dizem respeito ao nosso olhar como uma verdadeira *crítica da violência* conduzida através das “imagens do mundo”, admitindo que a violência começa, com frequência, pela instalação de dispositivos aparentemente “neutros” e “inocentes”. [...] Uma crítica da violência, portanto. Para criticar a violência é preciso descrevê-la (para tanto, é preciso saber olhar). Para descrevê-la, é preciso demonstrar seus dispositivos: “descrever a relação” [...] (DIDI-HUBERMAN, 2018, pp. 103 e 104)

5.1 Os anos 50 do século XX e as imagens selecionadas para análise

Pois não devemos nos esquecer de como o século XX foi, à sua maneira, marcado pela transformação da reflexão filosófica sobre o sexual em setor fundamental para a crítica de certa concepção reificada do sujeito. O trabalho de Butler participa dessa tradição. (SAFATLE, 2019, p.176)

Esta parte da dissertação dedica-se, inicialmente, à uma breve descrição dos “anos dourados” no contexto estadunidense, pois as imagens que serão analisadas inicialmente vêm de lá. Esse fato não é aleatório e nem se tratou de uma coincidência, é importante pontuar, como já mencionado anteriormente, que exatamente nesse período as propagandas ocuparam o rádio e a recém-chegada televisão de uma forma nunca vista antes. Os anos 50 influenciaram fortemente os anos seguintes, mudaram a forma como os produtos eram apresentados aos consumidores e o “*american way of life*” foi vendido em diversos produtos e formas.

O pós Segunda Guerra Mundial (1939-1945) evidenciou que os Estados Unidos da América foram os grandes vencedores da mesma – daí a escolha por observar imagens contidas em peças publicitárias estadunidenses. Com grande parte da Europa e da Ásia devastadas, os Estados Unidos se destacaram pelo grande capital de investimento, produção industrial e exportações. Assim, foram observados internamente crescimento econômico, grande produção, aumento dos empregos, lucros e renda. Além disso, podem ser destacados também acesso à economia de consumo, expansão de benefícios e garantia de alguma segurança econômica.

Contudo, para além da superfície, observou-se, concomitantemente, alta dos preços, inflação e privações de grande parte da população. O crescimento populacional foi proporcional à pressão por suprimentos e aumento dos preços. Houve ainda aumento da concentração de renda e exclusão de grandes grupos populacionais, como indígenas, populações afro e latino-americanas, idosos e trabalhadores rurais. Mas, no imaginário coletivo propagado pelo governo e mídia, os anos 50 foram marcadamente de grande crescimento econômico e de estabilidade familiar.

A televisão, o cinema e a literatura de grande público destacaram famílias harmoniosas: pai trabalhador, mãe dona-de-casa e alguns filhos morando nos crescentes subúrbios em casas com quintais próprios e suas indefectíveis cercas brancas. (KARNAL; PURDY; FERNANDES e MORAIS, 2007, pp. 230 e 231)

Os anos 50 foram marcados ainda pela aprovação do Plano Marshall (destinação de US\$ 12 bilhões para reconstruir a Europa), pelo anticomunismo (com grande histeria

e perseguições³⁰) e forte oposição à União Soviética – Guerra Fria, que colocaram os Estados Unidos como o “*world cop*” (o “policial do mundo”). Muitos esforços foram empreendidos para dicotomizar uma vida de abundância e progresso capitalista estadunidense em contraposição ao atraso do comunismo soviético³¹.

Outras formas de discriminação frequentemente utilizaram-se do medo do comunismo para, por exemplo, reprimir homossexuais no funcionalismo público. [...] poucos denunciaram esses ataques contra liberdades civis e vários intelectuais, artistas e público em geral abertamente apoiaram a repressão. Esse período sombrio da história americana dificultou extremamente a possibilidade de crítica ao governo americano, enfraquecendo, por uma década, todos os impulsos reformistas e consolidando uma cultura oficial de conformidade social. (KARNAL; PURDY; FERNANDES e MORAIS, 2007, p. 230)

Perfazendo a Guerra Fria, destaca-se ainda a Guerra da Coreia, a corrida armamentista e espacial (satélites foram lançados ao espaço por ambos os lados). Além disso, a Guerra do Vietnã iniciou-se em meados da década de 50.

Nas questões relativas ao gênero, foi uma década de grandes retrocessos para as mulheres que

[...] foram ideologicamente confinadas aos papéis de mãe e esposa na família nuclear e a uma atuação limitada na sociedade e na cultura. Certamente, muitos elementos da reação doméstica da Guerra Fria, que combateu sexualidades alternativas, certas expressões culturais e as análises como as do livro da feminista Betty Friedan, *A mística feminina*, reforçam essa imagem. (KARNAL; PURDY; FERNANDES e MORAIS, 2007, p. 231)

As políticas públicas reforçavam a definição de papéis rígidos entre homens (que trabalhavam) e mulheres (que cuidavam da casa, do marido e dos filhos). Contraditoriamente, registrou-se uma crescente no número de mulheres casadas e economicamente ativas. Mas, o reforço midiático, político, cultural e social se dava no sentido contrário. A mulher idealizada e retratada era casada, com filhos, bem cuidada, sabia cuidar da casa, da prole e do marido, acumulava, assim, muitas funções. A “desmoralização” da mulher poderia colocar em risco a família tradicional e nuclear, um dos pilares da sociedade estadunidense. E a destruição da família poderia iniciar o fim da sociedade capitalista, daí os grandes retrocessos nas conquistas femininas.

O “*american way of life*” manifestou-se, sobretudo, nos avanços tecnológicos dos eletrodomésticos, cosméticos e automóveis. Muito comum a introdução de máquinas que contribuíram nas tarefas domésticas, favorecendo o consumo e um ideal falacioso de conforto e felicidade. Esse ideal pôde ser observado também nos vestuários e beleza

³⁰ Os filmes “Culpado por suspeita” (1993) e “Boa noite e boa sorte” (2005) ilustram bem esse período.

³¹ Em 1959, a Revolução Cubana instaurou um governo socialista, bem próximo aos Estados Unidos.

femininos. Com o fim da guerra e, portanto, não mais sendo necessário o racionamento de tecidos, entrou em uso vestidos glamurosos, com muitos panos, cintura marcada e na altura dos tornozelos. Nota-se ainda o uso de saltos altos, acessórios e joias³². O *glamour* de consumo foi fortemente incentivado pela mídia e teve como um de seus expoentes Christian Dior e a moda “new look”. A beleza passou a ser um tema de grande importância e a maquiagem e as tinturas para cabelos dominaram a indústria dos cosméticos. As atrizes Marilyn Monroe³³, Brigitte Bardot, Grace Kelly, Audrey Hepburn, Rita Hayworth e Ava Gardner foram grandes exemplos da beleza e sofisticação femininas no começo dos anos dourados, misturando ingenuidade e sensualidade. Ao final da década, contudo, a magreza tornou-se o padrão de beleza e Brigitte Bardot passou a ser considerada o maior exemplo, perdendo espaço mulheres com curvas generosas como Marilyn Monroe e Ava Gardner.

Para os homens, a moda era simples e homogênea. Cores sóbrias predominavam nos ternos e gravatas. Em geral, imperava o conservadorismo e uma simplicidade maior que na década anterior. Os sapatos também eram conservadores, sendo muito usados mocassins e oxfords. Entretanto, entrou em voga também a moda colegial de inspiração *sports wear*. Além disso, os topetes passaram a ser uma marca importante da juventude da década. O cinema inspirou a moda e o personagem rebelde – ainda que ingênuo – protagonizado por James Dean no filme "*Juventude transviada*" (1955), usava blusão de couro e calça jeans, que se popularizaram. Alguns anos antes, Marlon Brando, no filme "*Um bonde chamado desejo*" (1951), usou camiseta branca que também havia se popularizado, tornando outro símbolo da juventude rebelde, que contestava à imposição da alta costura.

Nas questões relativas à luta contra a discriminação racial, os anos 50 foram importantes e de avanços. Em 1954, foi proibida a segregação racial nas escolas e em 1955, a Suprema Corte dos Estados Unidos, determinou o fim da segregação racial. Entretanto,

[...] como o historiador Charles Payne argumenta sobre o movimento pelos direitos civis: “Os homens lideraram, mas as mulheres organizaram”. Os boicotes a ônibus, manifestações e outras mobilizações políticas contra segregação e violência racial no Sul nos anos 1950 foram iniciados por mulheres como Rosa Parks, Jo Ann Gibson Robinson e Ella Baker, ativistas de base que tiveram um papel crucial no sucesso do movimento, que

³² Vale ponderar que a juventude “rebelde” aderiu ao *ready-to-wear*, se opondo à alta costura, ao *glamour* e tradicionalismo.

³³ Em 1953, foi consagrada diva com o filme "Os homens preferem as loiras".

continuará na década de 1960. (KARNAL; PURDY; FERNANDES e MORAIS, 2007, p. 232)

A indústria cultural, por sua vez, reforçava o modelo branco, homogêneo, de conformismo social, de consumo e capitalista. A televisão se configurou como o grande meio de informação e diversão, ultrapassando em preferência o rádio.

Os mais populares seriados da televisão – *Papai sabe tudo*, *Eu amo Lucy* e *As aventuras de Ozzie e Harriet* – glorificaram o modelo de família nuclear americana e o “jeito americano de viver”. Muitas das ofertas culturais de Hollywood na década também celebraram as virtudes do capitalismo americano. (KARNAL; PURDY; FERNANDES e MORAIS, 2007, pp. 232 e 233)

Mas, as contradições também foram vistas e lidas nas artes. Ao lado da subordinação emergiam os ideais de liberdade e igualdade. Alienação, desejo por mudanças e os constrangimentos provocados pelas desigualdades estiveram presentes nas telas da televisão e do cinema, bem como páginas de livros. Assim,

[...] as obras dos escritores da “geração *Beat*”³⁴, como o romancista Jack Kerouac e poeta Alan Ginsburg, e dos cineastas do “filme *noir*”, Fritz Lang e Nicholas Ray – o último também dirigiu James Dean no clássico retrato dos jovens alienados, *Rebelde sem causa* (1955). Intelectuais e escritores, como C. Wright Mills, Paul Goodman, Margaret Mead e Arthur Miller, também produziram obras populares que criticaram a conformidade cultural, as atitudes discriminatórias e as barreiras à cidadania plena nos Estados Unidos. (KARNAL; PURDY; FERNANDES e MORAIS, 2007, p. 234)

Mas, foi a música que mais rompeu com a lógica branca e burguesa e mostrou o grande potencial de descontentamento de toda uma década.

Novos canais de rádio espalharam-se pelo país, descobrindo novas e lucrativas audiências entre jovens brancos e afro-americanos para essa música rebelde, que remetia a desejos sexuais e provocações às normas da classe média branca. Roqueiros brancos, como Elvis Presley, Buddy Holly e Bill Haley, bem como músicos negros, como Chuck Berry, Little Richard e B. B. King, passaram a ser os ícones da “geração do *baby boom*”, o grande magote de jovens nascidos durante e logo depois da Segunda Guerra Mundial. (KARNAL; PURDY; FERNANDES e MORAIS, 2007, p. 234)

Nesse contexto político, econômico, social e cultural, como já mencionado, as propagandas alastraram pelo rádio e especialmente pela televisão que se popularizara, influenciaram a publicidade nas décadas seguintes, mudando a forma de apresentação dos produtos. E retomando um pouco a discussão sobre ‘se a vida imita a propaganda, ou se

³⁴ Em 1957, o livro *On the road*, de Jack Kerouac, faz sucesso e marca a chamada “geração *Beat*”. O “beatniks” criticavam o consumo, foram influenciados pelo *jazz* e foram os precursores do movimento *hippie*, forte na década seguinte.

a propaganda imita a vida’ – acredita-se mesmo que há uma grande interdependência entre ambas – foram selecionadas cinco imagens presentes em campanhas publicitárias da década de 1950. Ao que tudo indica, nessa década (mas não somente nessa década, infelizmente) era considerado corriqueiro e banal se deparar na televisão, numa revista ou *outdoor* com propagandas como as expostas a seguir:

Figura 1 – Propaganda Van Heusen



Fonte: <http://nodeoito.com/propagandas-absurdas-passado-e-atuais/>. Acesso em: 28 out. 2020.
<https://www.hypeness.com.br/2021/05/propagandas-machistas-antigas-mostram-como-mundo-evoluuiu/>.
 Acesso em 05 ago. 2021.

A Figura 1 mostra um homem branco, vestindo camisa social e gravata, na cama, ao que tudo indica acordando, mas sentado, recostado sobre três travesseiros. Fronhas e lençol são brancos, assim como sua camisa. A gravata é colorida. Sua expressão esboça um sorriso e transmite bem-estar. Seus braços e mãos encontram-se atrás da cabeça, como se estivesse espreguiçando. Esse homem é servido por uma mulher loira e bem penteada, que veste um robe na cor salmão e brincos brancos. Esta mulher está ajoelhada à beira da cama e segura uma bandeja, que está também apoiada na cama. A bandeja contém uma refeição que aparentemente é um café da manhã. Acima, à esquerda, está inscrita a seguinte frase: “*show her it's a man's world*”, que em uma tradução livre

seria “mostre para ela que o mundo é dos homens”. Abaixo, à esquerda há o desenho de uma gravata estampada. Ao lado desse desenho, em letras vermelhas e grandes, a marca da empresa que encomendou a propaganda – Van Heusen. Abaixo a frase: “*man's world*”, “mundo do homem”. E abaixo dessa frase a palavra “*ties*”, “gravatas”. Ao lado, à direita, há um texto composto por algumas frases onde se lê: “*For men only!... brand new man-talking, power packed patterns that tell her it's a man's world... and make her so happy it is. And man!... how that Van Heusen seamanship makes the fine fabric hold their shape, and for Christmas... here's the Christmas tie that is really different. \$2.00. Other Van Heusen ties from \$1.00 to \$2.50*”.³⁵

E abaixo o endereço da loja em Nova York (um pouco ilegível na imagem).

Fundada em 1921-1922, a Van Heusen produz e vende roupas para homens e mulheres. Atualmente, tem uma linha de roupas formais e profissionais e outra para passeio. Em 1950, veiculou a propaganda de gravatas que aparece na imagem exposta acima. Nota-se, que se trata de um anúncio para venda de gravatas para o Natal.

Na ilustração, a posição do homem e da mulher chamam, inicialmente, a atenção. O homem é retratado de maneira a mostrar-se relaxado e tranquilo, descansado e confortável. A mulher é mostrada agachada, ajoelhada, portanto, desconfortável, com certa rigidez. Além disso, está servindo café da manhã ao homem. Esta disposição remete à uma hierarquização, à uma verticalização da relação. Os trajes de ambos também são notórios. A mulher é retratada em trajes íntimos, como era de se esperar para alguém que acordou a pouco tempo; a cor escolhida para seu robe remete à feminilidade. Os trajes do homem causam grande estranhamento, pois, curiosamente, mesmo sem ter saído da cama veste camisa social e gravata. Esperado, seria, uma vez que ainda está na cama, que estivesse de pijamas. Os textos presentes no anúncio são outro elemento que merece análise. Explicitam, por duas vezes, sem os pudores que a contemporaneidade talvez exija, que ele (o homem) deve mostrar a ela (a mulher) que o mundo é dos homens. O anúncio evidencia o “mundo do homem” e ressalta que a loja é para eles (hoje vende roupas para mulheres também). Somente após tudo isso é que traz informações relevantes para a venda, como preços e endereço, e em letras bem pequenas, desproporcional às outras.

³⁵ Em uma tradução livre: Somente para homens! ... o novo modelo de homem poderoso que fala para ela que o mundo é dos homens ... e isso as fazem tão feliz. E cara! ... os tecidos finos usados nas gravatas Van Heusen mantêm sua boa forma, e para o Natal ... aqui está a gravata de Natal que é realmente diferente. \$2,00. Outras gravatas Van Heusen de \$ 1,00 a \$ 2,50.

A análise do contexto contribui para explicar algumas escolhas feitas para essa imagem. São perceptíveis o reforço relacionado ao ideal de conforto, prosperidade e acesso ao consumo, tão valorizados pelo capitalismo estadunidense. Além disso, observa-se também o reforço à branquitude, juventude e heterossexualidade como valores. A família nuclear, com sua suposta harmonia e estabilidade, assim como o homem provedor e a mulher como excelente dona de casa (as roupas de cama são brancas e aparentam estar bem limpas) e esposa (serve o marido com eficiência) são reforçados e valorizados. A mulher retratada tão bem cuidada, magra e com grande feminilidade é outra característica importante a ser destacada relativa ao que era valorizado nos anos 50. E destaca-se ainda a postura do homem e o texto tão óbvio relacionado ao conservadorismo, ao machismo e aos retrocessos das conquistas femininas que se observou nos “anos dourados”. Além disso, fica evidenciada a intenção de reforçar aspectos patriarcais, inclusive em detrimento dos aspectos comerciais. Isso é afirmado levando-se em consideração que se o foco estivesse nos valores comerciais, ambiente mais apropriado para o uso da gravata teria sido escolhido para a ilustração, como um escritório ou uma reunião de negócios, por exemplo. Contudo, pode-se vislumbrar também que o enquadre feito remetia à possibilidade de acesso à valores simbólicos que agregariam valor de mercado ao produto vendido, no caso gravatas. E a escolha pelo enquadre da imagem no ambiente doméstico é relevante para reforçar e demonstrar a associação entre subserviência feminina, estabilidade familiar e capitalismo.

A Figura 2, selecionada para análise mostra-se ainda mais agressiva. Trata-se de uma imagem, na qual se vê, inicialmente, um homem sentado de costas numa cadeira de madeira. Ele usa roupas sociais e suspensórios. Uma mulher está deitada em seu colo, de bruços. Uma de suas mãos apoia-se no chão e a outra tenta segurar o ombro do homem. Os cabelos estão despenteados, visto a posição na qual foi colocada. Uma das mãos do homem é mostrada ao alto, mas, faz menção que será movimentada para baixo, em direção às nádegas da mulher. A mulher retratada usa vestido escuro com anáguas claras, sapatos de salto, mas não muito altos e a mão que se apoia no chão usa uma pulseira ou relógio. A expressão facial da mulher é de susto ou assombro. Acima, lê-se a seguinte frase, com letras grandes e em negrito: “*if your husband ever finds out*” (se o seu marido descobrir). Logo abaixo dessa frase com letras menores em itálico, lê-se: “*you’re not ‘store-testing’ for fresher coffee...*” (você não confere o frescor do café antes de comprar...). Abaixo, à direita, próximo aos pés da mulher, em letras menores e itálico: “*if he discovers you’re still taking chances on getting flat, stale coffee ...woe be unto you!*”

For today there's a sure and certain way to test for freshness before you buy"³⁶. Do lado esquerdo, logo abaixo da cadeira, é possível ler a frase: “*were's how easy it is to be sure of fresher coffee*”, (onde é fácil ter certeza de um café fresco). Abaixo dessa frase há um texto que não foi possível ler, infelizmente (parecem ser instruções para abrir a embalagem). E ao lado, à direita, um desenho da embalagem do café destacando-se que o mesmo é embalado à vácuo (*pressure packed*) e abaixo, com letras um pouco maiores e em negrito, a marca Chase and Sanborn.

Figura 2 – Propaganda Chase & Sanborn



Fonte: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/10/homens-mulheres-invertem-papeis.html>. Acesso em: 28 out. 2020.

Nesta segunda imagem, tem-se uma propaganda da Chase and Sanborn Coffee Company, empresa norte americana fundada em 1862. Em 1952, a empresa veiculou a propaganda selecionada que faz evidente ameaça de punição com violência física à mulher, caso o marido descubra que ela não testou a frescura do café antes de comprá-lo. Este risco ou ameaça é dito por meio de uma mistura de texto escrito e imagem, que se completam para a perfeita compreensão da mensagem. Chama atenção a infantilização

³⁶ Em tradução livre: se ele descobrir que você ainda está se arriscando a tomar um café velho e sem graça ... ai de você! Por hoje, não deixe de experimentar/sentir o frescor antes de comprar.

que a mulher se vê submetida, além da violência física, claro. Ela apanha tal qual a cena presente em desenhos e filmes quando se objetiva romantizar as punições físicas de pais e mães contra seus filhos, ela é agredida fisicamente como se fosse de um pai que coloca a filha no colo, de braços e lhe bate nas nádegas. Remete-se, assim, à punição por uma “travessura” que fora descoberta. A expressão facial da mulher também salta aos olhos. Ela parece assustada por ter sido descoberta e estar sendo punida. Parece ter sido virada bruscamente no colo do marido. A sua mão que tenta segurar o ombro do marido, não o faz de maneira violenta, na verdade mal fecha os dedos. O emprego da frase “*were’s how easy it is to be sure of fresher coffee*” logo embaixo da fotografia aparece como se o produto mostrado fosse a solução para se evitar a agressão.

Novamente, o contexto da década de 50 pode elucidar algumas escolhas feitas pela produção desta peça publicitária. O casal retratado é branco e heterossexual, único padrão socialmente aceito na época. Ao homem cabe a função de trabalhar e afirma-se isso pelo mesmo ser retratado com roupas sociais. À mulher cabe exercer as tarefas domésticas com perfeição, caso contrário, ao menor deslize, poderá ser severamente punida. Cuidar bem do marido, servindo-lhe o melhor é um valor para a época. Além disso, é preciso apresentar-se bem-vestida, de saltos e joias, mesmo em meio à tantas outras funções como verificar se o café é, de fato, fresco. O vestido da mulher fotografada contém uma anágua para lhe dar volume e comprovar que racionamento de tecido não mais existia no pós-guerra. A harmonia familiar é quebrada por um assunto trivial, nada muito grave pode, de fato, abalar a estabilidade da família estadunidense. Muito provavelmente por isso usou-se o recurso relativo à infantilização da mulher e à paternalização do homem. Ao tornar a cena tão pueril esforça-se para suavizar a agressão cometida e sofrida. Não parece se tratar, necessariamente, de uma violência física contra a mulher, mas de um “susto” e de uma reprimenda por ter sido descoberta em uma suposta travessura. A infantilização da mulher é, assim, um eufemismo para a violência sofrida; de igual modo, o paternalismo conferido ao homem é um abrandamento para a atitude violenta que pratica.

A Figura 3 selecionada para análise, trata-se de uma montagem na qual pode ser visualizado o corpo de um homem pela metade (de baixo), de pé, com uma das mãos na cintura e a outra na coxa. Esse homem tem um dos pés apoiado sobre a cabeça de uma mulher e a outra sobre um tapete de pele de animal. Desse tapete de pele de animal é possível visualizar três patas, o rabo do animal e a cabeça que foi substituída pela cabeça de uma mulher, que olha para a câmera, com semblante sério. Pode-se visualizar ainda

que o homem veste calça social e gravata escuras, sua camisa é branca; seus sapatos sociais são escuros, assim como suas meias. O rosto da mulher está bem maquiado e seus cabelos estão bem penteados. Logo abaixo da imagem é possível ler a seguinte frase: “*It’s nice to have a girl around the house*” (É bom ter uma garota pela casa). Há um texto logo abaixo dessa frase, mas o mesmo encontra-se ilegível na imagem.

Figura 3 – Propaganda Mrs. Leggs



Fonte: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/10/homens-mulheres-invertem-papeis.html>. Acesso em: 28 out. 2020.

Em 1950, a Calças Mr. Leggs, pertencente à Thomson Company, veiculou a propaganda expressa na terceira imagem acima, na qual o objetivo da venda de calças sociais é associado à uma violência enorme. A mulher comparada à uma animal, caçado, morto e tendo sua pele transformada num tapete, é pisada por um homem em pose de conquistador, cheio do poder patriarcal que coloca a mulher em “seu devido lugar”. É notável que mesmo sem mostrar o rosto do homem é possível vislumbrar, pela posição dos braços, mãos e pés esse *lôcus* de superioridade, de poder e de conquista. A expressão do rosto da mulher, pela passividade que demonstra, parece evidenciar que não há mais como reagir, é preciso se submeter. E a frase colocada na imagem reforça e valida as informações e inferências colocadas aqui.

Mais uma vez, recorre-se ao contexto no qual essa imagem foi produzida para destacar que o casal retratado é novamente branco e heterossexual. O homem trabalhador pode ser notado pelo uso de roupas sociais. Ainda que sendo pisada, a mulher é retratada bem maquiada e penteada (um valor para a época estar bem cuidada e apresentável). A estabilidade e a harmonia familiar parecem ter sido finalmente alcançadas após o “abatimento” da mulher e sua redução ao doméstico e rasteiro. E o homem forte, conquistador e destemido, acompanhado de sua discrição e sobriedade, é o que emerge no pós-guerra. E somente é agradável ter uma mulher pela casa se for no lugar que o homem a coloca. Compreende-se ainda que este lugar é garantido mediante grave ameaça e risco de feminicídio, pois essa é a leitura possível diante da comparação e equiparação da mulher com um animal que foi morto.

Figura 4 – Propaganda Budweiser, 1958



Fonte: <https://exame.com/marketing/budweiser-recria-para-2019-seus-avancos-machistas-dos-anos-50/>. Acesso em 04 e 05 abr. 2021.

Na figura 4, como pode ser visualizado, foram retratados um homem e uma mulher brancos, heterossexuais e foi escolhida uma variação pequena de tons e cores, em degradê em sua composição, variando do rosa ao vermelho. A mulher é loira e jovem, usa uma blusa rosa e está servindo cerveja, num copo que está sobre uma mesa, com uma de suas mãos que segura uma lata. A outra mão está apoiada suavemente num dos ombros

do homem. Ela sorri e parece concentrada e feliz em sua tarefa. O homem um pouco mais velho, mas ainda jovem, veste uma camisa social vermelha, sem gravata e segura um martelo em uma das mãos. A outra mão apoia seu rosto. Sua expressão facial mostra-se pensativa e talvez desafiada: diante de si há peças de algo que precisava de reparo. Próximo à sua mão com o martelo há um copo com a cerveja o qual a mulher enche. Acima, em letras grande e em negrito, o nome da cerveja – Budweiser. Logo abaixo, em letras menores e cursivas, pode-se ler a seguinte frase: “*Where there’s life... There’s Bud*” (Onde há vida... Há Bud).

A Budweiser, popularmente conhecido como Bud, foi fundada em 1876 nos Estados Unidos e em 1958 publicou o anúncio presente na Figura 4. Inicialmente, chama a atenção, a escolha da paleta de cores usada, com certa uniformidade e semelhança nos tons. Provavelmente a escolha do rosa (na blusa da mulher) se deu em função de ser uma cor que remete à feminilidade e ao romance. Já os tons de vermelhos, podem sugerir calor, erotismo e paixão. Além disso, a expressão facial da mulher denota o quanto está concentrada e feliz em servir seu marido, que por sua vez apresenta uma expressão mais pensativa. O rosto dele apoiado em uma das mãos sugere certo cansaço, mas, não se apresenta triste, talvez desafiado pela tarefa de consertar algo que está desmontado à sua frente. Nota-se, assim, o machismo presente na distribuição das tarefas que são destinadas ao homem e a mulher. Indiscutivelmente, é mais simples a tarefa que cabe à mulher – servir seu marido – e muito mais complexa e desafiante a tarefa destinada ao homem – consertar e remontar algo que precisava de reparos. Incomoda ainda, nesta imagem, haver apenas um copo, ou seja, a mulher apenas serve ao homem, não bebe junto com ele. Concentra-se aí outro tom machista da propaganda, na submissão da mulher e no prazer que demonstra com isso.

Essa propaganda é do final da década de 50, mas além de manter o tom machista ao colocar a mulher servindo o marido com alegria e não bebendo junto com ele, ainda ressalta a harmonia familiar, uma mulher bem cuidada e que cuida bem do marido. A frase presente parece fazer referência ao jeito americano de viver, ressaltando que há vida nos Estados Unidos/capitalismo. É claro que protagonizaram o anúncio um casal branco e heterossexual.

Em 2019, esse foi um dos três anúncios refeitos pela Budweiser. Numa parceria, através da iniciativa #SeeHer³⁷, a empresa corrigiu e adequou essa propaganda no que

³⁷ Trata-se de uma campanha criada pela *Association of National Advertisers* (ANA) para melhorar a forma como os gêneros são retratados na mídia.

tange ao machismo. A frase foi mantida, assim como vários outros detalhes do anúncio de 1958, mas na imagem refeita, a mulher também bebe cerveja, não fica evidenciada a distribuição machista de tarefas e ambos, homem e mulher, estão no mesmo plano.

Figura 5 – Propaganda Budweiser corrigida, 2019



Fonte: <https://exame.com/marketing/budweiser-recria-para-2019-seus-anuncios-machistas-dos-anos-50/>. Acesso em 04 e 05 abr. 2021.

Figura 6 – Propaganda Sweaters Drummond



men are better than women! Indoors, women are useful—even pleasant. On a mountain they are something of a drag. So don't go hauling them up a cliff just to show off your Drummond climbing sweaters. No need to. These pullovers look great anywhere. On the level! Entirely hand-fashioned of the purest, warmest worsted in a bold, clear shaker stitch. Genuine bone buttons. Sizes: S-M-L-XL. Left, Joring. Low button pullover with harness shawl collar that closes up to neck. Set-in pocket. They come no finer! In brass, white, olive, gray, \$25. Right, Norfolk. An entirely new approach to sweater-making. Belted—attention getting—quite magnificent. In brass, olive, black, \$25.

Fonte: <https://www.hypeness.com.br/2013/12/propagandas-vintage-que-seriam-barradas-nos-dias-de-hoje/> e <https://www.popscreen.com/prod/MTU4OTM3Njk4/1960-ad-Drummond-Sweaters-Men-Are-Better-Than-Women-Row-Boat>. Acesso em: 04 e 05 abr. 2021.

Na Figura 6, se visualiza dois homens conversando no alto de uma montanha. Ambos vestem roupas apropriadas para o montanhismo na época (as bermudas são abaixo do joelho e as botas/sapatos de cano longo). Em um dos braços do homem da esquerda há uma corda enrolada e sua mão livre está na cintura. Uma das mãos do homem da direita segura uma corda (não se vê na imagem o fim dela) e a outra mão tem o polegar segurando um dos bolsos de sua bermuda social. Suspensa no penhasco há uma mulher de costas (o rosto está rente à montanha) que segura a corda do homem da esquerda com ambas as mãos. Acima dos homens há um texto que começa com a seguinte frase em letras maiores e negrito: “*men are better than women!*” (homens são melhores do que as mulheres!). E o texto segue com letras menores: “*Indoors, women are useful - even pleasant. On a mountain they are something of a drag. So don't go hauling them up a cliff just to show of your Drummond climbing sweaters. No need to. These pullovers look great anywhere. On the level! Entirely hand fashioned on the purest, warmest worsted in a bold, clear shaker stitch. Genuine bone buttons. Sizes: S-M-L-XL. Left, Joring. Low button pullover with harness shawl collar that closes up to neck. Set-in pocket. They come no finer! In brass, white, olive, gray \$25. Right, Norfolk. An entirely new approach to sweater-making. Belted – attention getting – quite magnificent. In brass, olive, black \$25*”³⁸. Abaixo, também há um texto, mas não é possível lê-lo, infelizmente.

A Sweaters Drummond, em 1959, foi notadamente agressiva e violenta em sua peça publicitária como pôde ser visualizado na Figura 6 (este parece ter sido um traço da publicidade desta empresa durante os anos 50 e 60, infelizmente). Os dois homens conversam tranquilamente, sem se importarem com a mulher que está pendurada pela corda que o homem da esquerda segura (inclusive faz isso com apenas uma das mãos sem demonstrar esforço). Sua outra mão está na cintura numa pose que denota coragem e conquista. O homem da direita também segura uma corda, sem esforço, que não se visualiza onde dará, mas se infere que sua esposa possa estar pendurada na mesma, mais abaixo, onde o enquadramento da imagem não mostra. A frase, grafada em negrito e com letras maiores, mostra-se totalmente machista e misógina, não se mostra como a única

³⁸ Dentro de casa, as mulheres são úteis - até agradáveis. Em uma montanha, elas são uma chatice. Portanto, não as leve ao alto do pico apenas para mostrar seus suéteres de escalada Drummond. Não precisa disso. Afinal, estes pulôveres ficam ótimos em qualquer lugar. Confeccionados à mão com mais puro e quente fio de lã, com uma costura super bem feita. Botões firmes e legítimos. Tamanhos: S-M-L-XL. Pulôver de botão baixo com gola alta que fecha até o pescoço. Bolso ajustável. Eles não vêm melhor. Em branco, verde oliva, cinza \$25. Certo, Norfolk. Uma abordagem totalmente nova para a fabricação de suéteres. Amarre – sua atenção – magnífico. Em verde oliva, preço \$25.

questão a ser criticada no anúncio. A posição na qual a mulher se encontra na imagem, de costas, sem importância, sem expressão, em contraposição ao lugar de destaque dado aos homens, bem como o fato dos mesmos não se importarem e não demonstrarem qualquer cuidado ao risco que a mesma se encontra pode ser traduzido como desdém e poder sobre a vida da mulher. A continuação do texto é igualmente estarrecedora. Antes de entrar nos detalhes dos produtos que estão sendo comercializados, evidencia a suposta inutilidade da mulher fora de casa, a superioridade masculina, e o *locus* dos gêneros – mulheres no privado e homens no público.

O último ano da década de 50 sofre ainda toda a influência dos anos anteriores e é sabido que se prolongará no futuro. Novamente nota-se que as pessoas retratadas são brancas, estão numa relação heterossexual e são jovens. À mulher cabe o espaço apenas da casa, onde deve cuidar do marido e dos filhos. E novamente é severamente punida, com risco de morte, se ela tentar quebrar a harmonia familiar e seus papéis fixos, “desobedecendo” ao marido e acompanhando-o à uma atividade pública. A mulher torna-se irritante e punível se descumpre o que está previamente e socialmente determinado. Dessa vez nenhum tipo de paternalismo ou puerilismo é demonstrado e a mensagem que se registra, além da suposta superioridade masculina no montanhismo, é que a punição para tentar se igualar aos homens é a indiferença e até a morte.

Em todas essas imagens dos “anos dourados”, é notável a posição de subserviência da mulher, de violência e projeção dos homens. Em duas se deduz com facilidade que não cumprir o que está previamente definido pode levar à punição física e representar risco de morte. Em três delas fica evidenciada a violência física e, ou o risco de feminicídio – como se estivesse autorizado aos homens – pelo patriarcado e machismo, visto que nessa estrutura a violência é a regra – se apropriarem do corpo feminino como bem entenderem. Em todas os homens estão numa posição de mando, no lugar de serem servidos e isso é expresso através dos corpos, da verticalização entre o masculino e o feminino, da posição dos membros inferiores e superiores que denotam a característica do conquistador, do destemido, do forte ou do inteligente atribuído aos homens. O vestuário dos homens também chama atenção, pois remete ao ideário do homem que trabalha e produz; que é bem-sucedido e que está no público. Talvez por isso “mereça ser bem servido” em casa. O uso de roupas sociais é uma característica da época, mas pontua-se também que o uso da gravata é “[...] tido nos meios publicitários como sinônimo de masculinidade [...]”. (BELELI, 2007, p. 211). E Malta (2014, p. 11) informa que o “[...] terno é um grande indicativo de sucesso profissional e sofisticação”. Em nenhuma das imagens os homens

foram retratados com o paletó, acredita-se que isso se deva à necessidade de demonstrar que estão no ambiente doméstico, ainda que não “pertencam” a ele. As mulheres foram colocadas sempre com características que remetam à feminilidade, nas cores e tipos das roupas, nos acessórios etc. Além disso, sempre estão destinadas ao ambiente doméstico, o privado é o lugar ao qual elas “pertencem” (e quando não estão nele há grandes riscos). O uso de frases machistas e misóginas somente não está presente em uma peça publicitária. Todos os personagens retratados, homens ou mulheres, são brancos, heterossexuais e jovens. Nenhuma das propagandas que se teve contato dos anos 50 foi diferente disso, exceto aquelas que tinham um cunho totalmente e explicitamente racista. E por fim, mas não menos importante, é a presença de cenários totalmente destoantes ou nada relacionados com os produtos a serem comercializados. Demonstra-se, dessa forma, que aspectos simbólicos e representativos de um ideal relacionado aos masculinos, aos femininos, à família e à sociedade prevaleciam sobre outros aspectos e eram “vendidos” fortemente. Ficou evidenciado ainda como as peças publicitárias podem traduzir padrões, valores, identidades, modos de ser, mas também e especialmente relações de poder e dominação.

5.2 Os anos 2000 e as imagens selecionadas para análise

Talvez seja esse o traço mais extraordinário dos Estados Unidos da América: sua utopia fracassada e realizada de “povo eleito” constitui um universo em torno do qual todos gravitamos e que amamos odiar. [...] Para o bem e para o mal, o destino do planeta está associado aos Estados Unidos da América. (KARNAL; PURDY; FERNANDES e MORAIS, 2007, p. 278 e 280)

A virada do século XX para o século XXI foi muito aguardada e prometia grandes transformações. Ilusões e desejos futuristas povoaram as mentes e telas do cinema e da televisão por anos. Um futuro apocalíptico também foi previsto e bastante encenado. Nenhuma dessas ideias se concretizaram e a história seguiu e segue seu curso com algumas vivências futuristas e outras apocalípticas, mas nada tão grandioso quanto o imaginado, para o bem e para o mal. Contudo, as cinco décadas que separam os anos de 1950 dos anos 2000 transformaram o mundo em um outro lugar, completamente diferente em algumas questões, mas nem tanto em outras.

Os primeiros anos do século XXI foram marcados, na economia, por um neoliberalismo ainda mais brutal. A globalização capitalista também atingiu picos inimagináveis. As reações internacionais contra o imperialismo norte americano na economia, na política e na cultura também se intensificaram. E em 11 de setembro de 2001, o mundo presenciou uma cena até então inconcebível: “[...] o grupo terrorista fundamentalista islâmico Al-Qaeda atacou Nova York e Washington numa série de atentados que mataram mais de 2,5 mil pessoas. [Sinalizando] [...] graves problemas econômicos e políticos herdados do século XX”. (KARNAL; PURDY; FERNANDES e MORAIS, 2007, p. 275). Esse fato desencadeou uma série de conflitos e guerras entre os Estados Unidos e o Oriente Médio, a chamada Guerra ao Terrorismo. Ainda no começo da década terminou a ditadura do Talibã³⁹ no Afeganistão. Uns anos depois (2003) foi a vez da ditadura de Saddam Hussein ser finalizada no Iraque; alguns anos após preso o ex-ditador foi condenado à forca, em 2006.

O antiamericanismo cresceu na América Latina, especialmente na Bolívia materializado com a eleição do indígena Evo Morales e na Venezuela com Hugo Chávez. Foi presenciada certa abertura em Cuba, ainda liderada por Fidel Castro até 2008, apesar da permanência do embargo econômico.

Na economia, os anos de 2008 e 2009 foram marcados por grave crise financeira e econômica mundial que levou vários países a recessões terríveis. Nos Estados Unidos, ironicamente, foi a entrada decisiva do Estado na economia, especialmente no mercado imobiliário, que amenizou um pouco a primeira grande crise do século XXI.

Na política norte-americana, em 2009, Barack Obama se tornou o primeiro presidente negro da história dos Estados Unidos.

Talvez maiores mudanças tenham sido observadas ainda nas comunicações e informações. A *internet* se consolidou e a banda larga substituiu as conexões discadas. Além disso, os *smartphones* criaram um novo conceito no qual várias funções e usos foram incorporadas num único aparelho celular. Com tudo isso, não somente as pessoas passaram a ficar mais tempo conectadas como também houve alterações no acesso às informações e comunicações (surgiram as primeiras redes sociais e os primeiros serviços de mensagens instantâneas), houve ainda massificação da transferência e compartilhamento de imagens, áudios e vídeos.

³⁹ Um dos grupos fortemente armados com o apoio dos Estados Unidos durante a Guerra Fria.

As inovações tecnológicas influenciaram a arquitetura, o cinema (o filme “Avatar” com seus efeitos especiais foi um recorde em bilheteria) e as diversões eletrônicas chegaram a superar *Hollywood* na indústria do entretenimento. Os canais de televisão por assinatura se popularizaram. A evolução tecnológica, com a expansão das comunicações e da circulação de imagens, ao que tudo indica, influenciou também o corpo e a performance. Assim, a magreza extrema como ideal de corpo feminino se tornou mais hegemônica, mulheres altas e muito magras consagraram o novo modelo estético. Para o corpo masculino, o ideal centrava-se num rosto sem barba, num corpo “lisinho”, alto e musculoso. Os esforços, cirurgias e transtornos alimentares e de imagem se avolumaram numa proporção inversamente proporcional ao peso considerado belo e proporcional à presença de músculos (ainda que com o uso de anabolizantes).

A moda feminina sofreu influência dos anos 70, mas se simplificou e diversificou. Dos anos 80 reapareceram o salto fino e os vestidos justos e curtos. Para os homens, os movimentos *hippie* e *punk rock* inspiraram correntes nas calças e cortes de cabelos arrepiados e moicanos. Contudo, a individualidade e a possibilidade de alternância e mudança de estilos foi uma outra marca dessa década.

Na música, cantoras marcantes como a canadense Avril Lavigne ou a inglesa Amy Winehouse surgiram no começo da década. No final da mesma, foi registrada a morte do cantor Michael Jackson, ícone *pop*. Muitos ídolos surgiram em estilos muito diversos, variando do *teen pop* de Britney Spears, ao *rap* de *50 cent*, passando por Katy Perry e Lady Gaga – não há mais a emergência de um ou poucos nomes mundiais, muitos e variados se destacaram. Além disso, com a globalização se observou uma combinação mista e multitribalista.

As minorias passaram a ter mais voz e expressão especialmente nas redes sociais e esse fato somado aos avanços nas legislações possibilitou alguns progressos na militância e discursos, ainda que as realidades tenham continuado (e continuem) perversas e desiguais. A preocupação com o meio ambiente também cresceu.

É importante “confessar” o quanto foi desafiante sintetizar as características de uma década que traz a marca de um mundo cada mais globalizado, efervescente, diverso, neoliberal, crescente em desigualdades sociais e evolução tecnológica, pouco mutável com relação às antigas questões raciais e de gênero, com níveis alarmantes de violências, com um capitalismo cada vez mais excludente e opressor para mulheres, negros, pobres, indígenas e outras minorias, ainda que com um pouco mais de voz. Importante registrar

ainda que o começo do século XXI confirmou os Estados Unidos como grande potência global, mas também com profundas divisões, diferenças e diversidades.

Em meio a todo esse contexto e conjuntura, que se analisou as imagens a seguir, para as quais (em mesmo número que as selecionadas de 1950) seguir-se-á dinâmica e metodologia de análise semelhante. Será possível visualizar que, infelizmente, não apenas a década de 1950 ou anteriores veicularam imagens que remetiam as violências diversas contra as mulheres. O novo século não conseguiu subverter o patriarcalismo, a misoginia e o machismo e a publicidade/propaganda demonstraram isso em alto e mau tom.

A Figura 7 é composta por duas fotografias. Na fotografia da esquerda, visualiza-se um corpo masculino, acima do peso, sem camisa, com uma toalha cinza enrolada na cintura. Em uma das mãos (esquerda), há uma caixa preta pequena comumente usada para joias, fechada. A sensação que passa é que essa caixa está sendo ofertada para alguém fora do enquadre da fotografia. Na fotografia da direita, em segundo plano, vê-se um corpo masculino, musculoso, sem camisa, com uma toalha cinza enrolada na cintura. Em primeiro plano, observa-se duas mãos delicadas que seguram uma caixa preta pequena comumente usada para joias, aberta. Há um anel dentro da mesma. As cabeças dos homens não são mostradas no enquadre das fotografias.

Figura 7 – Propaganda Natan



NATAN

Fonte: <http://orasblog2.blogspot.com/2008/01/premiado-mas-machista.html>. Acesso em: 10 ago. 2021.

A joalheria Natan foi fundada em 1956 por Natan e Anny Kimelblat e produzia joias e relógios de luxo. Acumulou muitas dívidas e decretou falência em 2013. Em 2002,

divulgou uma série de peças publicitárias – premiadas internacionalmente, incluindo um Leão de Bronze em Cannes e uma medalha de prata no Clio Awards. Em todas as peças dessa série a mensagem é semelhante à exposta na Figura 7 aqui selecionada: hora um homem acima do peso se torna musculoso e viril, hora um homem careca passa a ter muito cabelo, hora um homem feio se transforma em um homem bonito e atraente. Em todas, a “mágica” da transformação se deve ao presente recebido: uma joia das lojas Natan. O tom machista da propaganda é visível e avilta ao mesmo tempo o homem e a mulher. Atribui aos homens características que não possuem mediante a posse de bens e às mulheres caracteriza como interesseiras, tendo o olhar das mesmas transformado diante do recebimento de uma joia.

Da análise do contexto, pode-se destacar a valorização do corpo masculino quando o mesmo é forte, com músculos bem definidos e a preocupação de que a barriga fosse “chapada”. Além disso, cita-se ainda que o começo da década, antes da crise financeira e econômica de 2008-2009, os produtos e artigos de luxo estavam em alta no mercado, não resistindo, porém, após a crise. Sabe-se que esses artigos são um dos primeiros a serem cortados numa situação de contingência; destituindo, assim, os homens (e as mulheres também, claro) do *locus* de possuidor de bens. A exposição de um corpo masculino seminu também chama a atenção. A intenção é atrair os olhares femininos ainda que objetificando o corpo masculino, inclusive o “corte” das cabeças sinalizam e marcam fortemente essa objetificação, demarcando a atração feminina pelo tórax e seus músculos.

Figura 8 – Propaganda Gucci



Fonte: <https://www.christinapitanguy.com.br/home/saiu-na-rede-historias-das-campanhas-da-gucci>. Acesso em: 09 ago. 2021.

A Figura 8 é uma fotografia na qual se vê uma mulher jovem, bem maquiada, trajando um vestido dourado metalizado bem curto de mangas compridas, deitada de bruços sobre o colo de um homem branco. Os ombros da mulher estão a mostra e seus cabelos caem à frente visto a posição que está deitada. Suas pernas estão dobradas e mostram as sandálias prateadas de salto alto e fino. O homem jovem está sentado, com as pernas entreabertas, veste um terno completo, fechado e em tons de cinza. Seus cabelos têm um grande volume para o alto, como um topete. Uma de suas mãos está próxima às nádegas da modelo, aberta como em um tapa. Ambos olham para a câmera de maneira sensual.

A italiana Gucci ou Casa Gucci foi fundada em 1921 por Guccio Gucci e produz roupas e acessórios de luxo. Em 2003, lançou a campanha da qual a Figura 8 faz parte. A mulher foi retratada em uma posição sexualizada na qual está dominada pelo homem. Além disso, a posição da mão do homem sugere que a mulher levará um tapa nas nádegas. Chama a atenção ainda o contraste entre o vestuário da mulher e do homem: muito pouco de corpo masculino é mostrado nessa foto, apenas mãos, pescoço e rosto/cabeça; ela, em contraposição, tem muito de seu corpo à mostra. Essa escolha não é em vão ou ingênua. Além da objetificação e certa vulnerabilidade colocada ao corpo feminino, parece ficar evidenciado que a função de dominador é que interessa se destacar para o masculino. Importante ressaltar ainda que a modelo, ao que tudo indica, é Carmem Kass, uma mulher branca da Estônia, mas que seja por tratamento da imagem ou bronzeamento artificial parece não branca. O bronzeamento parece ter sido usado como uma técnica para sugerir e aumentar a sensualidade presente na imagem.

Importante destacar ainda que o começo dos anos 2000 e a influência do contexto futurista pode explicar a escolha de roupas, sapatos e maquiagem tão metalizados. A magreza da mulher também se mostra como uma característica. Mas, a posição de dominador do homem é a que mais interessa à análise aqui feita. O semblante sério e a mão em condições de efetuar um ataque parecem garantir que a mulher continuará no lugar que lhe foi atribuído. Além disso, ao ser retratada deitada e de bruços faz menção à uma relação verticalizada e infantilizada. Mais uma vez, a mulher foi colocada numa posição que pode sugerir a cena presente em alguns desenhos e filmes que objetivam romantizar as punições físicas de pais e mães contra seus filhos: no colo, de bruços e lhebater nas nádegas. A Figura 2 é mais explícita, mas há semelhanças entre as cenas retratadas. O rosto sem barba e o suposto “tratamento” dado à imagem (que torna difícil

determinar a cor/raça da modelo) são outra característica marcantes da primeira década do século XXI.

Com relação à Figura 9, pode-se ver a cena de um grave crime. Trata-se de uma fotografia na qual um homem e uma mulher são retratados junto a um carro preto no deserto. O porta-malas desse carro está aberto e pode ser visualizada desacordada uma mulher branca e jovem que usa um vestido branco, curto e decotado e sandália preta de saltos altos. O homem é negro, mais velho e está sentado no para-choque do carro, talvez descansando. Veste roupas sociais (sem gravata) totalmente pretas e segura com ambas as mãos uma pá. É possível ver ainda que começou a cavar um buraco no chão.

Figura 9 – Propaganda Jimmy Choo



Fonte: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/10/homens-mulheres-invertem-papeis.html>.
Acesso em: 28 out. 2020.

A peça em questão faz parte de uma campanha publicitária do ano de 2006 da inglesa Jimmy Choo, especializada em bolsas, sapatos e acessórios de luxo. A imagem faz alusão clara a um feminicídio. A mulher está morta e logo será enterrada, e o homem em trajes sociais, elegantemente vestido, abre uma cova longe de testemunhas. É a primeira imagem das selecionadas para análise (foi a única encontrada na verdade) que aparece um homem negro e a mensagem que se transmite e se reforça relaciona à uma

falácia: a de maior periculosidade e violência dos homens negros. A imagem, assim, comete duas graves violências: de gênero e racial.

Novamente destaca-se a escolha oposta ao se retratar o corpo masculino, completamente vestido, e o corpo feminino bem à mostra, os motivos parecem ser os mesmos da peça anterior: dominação *versus* objetificação/vulnerabilidade. Mas nessa peça, especificamente, o que mais interessa à análise e síntese que se pode fazer é a observação e a constatação que muito pouco se consegue visualizar do vestido que está sendo comercializado. Caso o anúncio almeje destacar as sandálias, então por que a modelo estaria sendo enterrada? Dessa forma, ninguém poderá apreciar seus novos saltos. A roupa, sapatos e acessórios que poderiam realmente serem publicizados e mostrados são preteridos e as violências é que ganham destaque. Há uma clara escolha no que deve ser valorizado e mostrado na peça publicitária. Não se pode deixar de mencionar o uso do automóvel como símbolo de conquista e *status* geralmente associados ao masculino, um símbolo fálico por assim dizer. Além disso, a magreza, o salto fino, o vestido curto e justo são características da década.

Figura 10 – Propaganda Dolce & Gabbana



Fonte: <http://nodeoito.com/propagandas-absurdas-passado-e-atuais/>. Acesso em: 04 abr. 2021.

Na Figura 10, são visualizados cinco homens, os quatro que são apresentados com maior nitidez, são jovens e brancos. Dois estão sem camisa, um tem a camisa entreaberta e outro a camisa fechada; o homem sentado mais atrás parece usar uma regata. Três vestem calças e um bermuda; com relação ao homem sentado não é possível afirmar com

segurança o que ele veste e sua cabeça está fora do enquadramento da fotografia. Os que estão sem camisa, são magros e possuem músculos bem definidos. Não possuem pêlos ou barba. Um deles tem as mãos na cintura, numa postura que transmite segurança e superioridade. Três observam a cena protagonizada pelo quinto homem⁴⁰ que segura as mãos de uma mulher branca e jovem, muito bem maquiada e projeta seu corpo sobre o dela. Essa mulher tem o corpo arqueado como se fizesse força para se soltar do homem. Ela mulher veste um *collant* preto e sandálias de salto alto também pretas. Ao fundo se vê um céu azul com algumas nuvens e uma placa de metal espelhado e outra branca.

Em 2007, a famosa grife italiana criada por Domenico Dolce e Stefano Gabbana (em 1985) e que comercializa óculos, calçados, relógios, roupas íntimas, bolsas, roupas e perfumes veiculou a peça publicitária destacada na Figura 10. Este anúncio foi proibido posteriormente na Itália, nos Estados Unidos e na Espanha visto que faz alusão clara à um estupro coletivo. A *gang rape* ("grupo do estupro") tem três ou quatro⁴¹ homens na posição de *voyeur* e um agindo ativa e explicitamente. O olhar de cima para baixo visível em três dos homens denota superioridade.

A análise do contexto permite destacar, inicialmente, os corpos masculinos magros, mas com definição dos músculos e virilidade. Todos sem pêlos ou barba (intensa valorização do rosto e corpo "lisinho") e numa posição de dominação, segurança e força com relação ao feminino violentado e que se esforça para ser libertado. No que tange ao vestuário, as correntes presas a calça e bermuda de dois homens são uma das características da moda da década, assim como os cortes de cabelos arrepiados. O corpo da mulher é retratado seminua e preso, vulnerabilizado e em risco pelos dois aspectos. A iluminação e o brilho das peles sugerem sensualidade e demonstram novamente como as imagens podem receber efeitos com o uso das novas tecnologias.

Vale pontuar ainda que a proibição de circulação a que se referiu aqui não foi impedimento para que em 2010 a grife americana Calvin Klein lançasse uma peça publicitária muito semelhante à esta, com a modelo Lara Stone seminua e violentada por três homens (pode ser visualizada no Apêndice desta dissertação) – posteriormente proibida na Austrália.

⁴⁰ Não é possível afirmar para onde o quinto homem direciona seu olhar visto que sua cabeça/rosto está fora do enquadre da fotografia.

⁴¹ Novamente afirma-se não ter certezas com relação ao quinto homem.

Importante mencionar ainda que as repercussões negativas dessas peças publicitárias (tanto Dolce & Gabbana quanto Calvin Klein) nas redes sociais que haviam surgido recentemente foram grandes e decisivas para a proibição da circulação das mesmas, sendo assim esta proibição uma resposta legal às pressões.

Figura 11 – Propaganda Duncan Quinn



Fonte: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/10/homens-mulheres-invertem-papeis.html>. Acesso em: 28 out. 2020.

Na Figura 11, pode ser visualizado um homem branco e não tão jovem, de pé, vestindo elegantemente um terno cuja gravata foi retirada e está sendo usada para enforcar uma mulher seminua e aparentemente desacordada. O homem olha para a câmera, confiante e seguro, sorri levemente e uma de suas mãos segura a gravata, sem aparente uso da força. A mulher, branca e jovem, veste calcinha e *soutien* brancos e rendados. Parece estar deitada no capô de um carro e a cena é retratada à noite, pois o fundo escuro de contrapõe à iluminação da cena.

Mais uma vez, agora nesta imagem de 2008, se afrontam o corpo masculino completamente vestido e o corpo feminino seminua, que já não oferece resistência alguma. A imagem retrata claramente uma grave violência contra a mulher. Ao que tudo indica tem-se, novamente, um feminicídio exposto. Trata-se de uma peça publicitária pertencente à Duncan Quinn criada em 1945 e especialista em alfaiataria masculina. A

forma como o homem segura a gravata que enforca a mulher sugere que não está sendo usada força, mas a mão voltada para cima transmite uma ideia de oferta, de oferecimento do corpo e da vida da mulher. Além disso, a satisfação e o olhar direto para a câmera remetem à superioridade e até certa impunidade.

O objetivo do anúncio parece ser a venda de gravatas, mas se desconhece em que medida a mesma se transformar em uma arma e ser usada para um estrangulamento pode contribuir para isso. Esse uso apenas se justifica na ideia de dominação, prepotência e superioridade masculina. Tudo isso reforçado e intensificado pela presença do automóvel mencionado anteriormente como um símbolo fálico, que representa uma conquista, uma vitória masculina. Impossível não destacar a branquitude e a magreza valorizadas nas imagens, bem como o rosto sem barba e a escolha do branco e rendas para a *lingerie* da mulher provavelmente tentando transmitir pureza, sensualidade e feminilidade.

A análise das imagens selecionadas na primeira década do século XXI demonstram a intensa valorização dos homens que possuem bens, sejam joias ou automóveis. O corpo masculino é magro, a barriga “chapada”, não deve haver pelos ou barba, mas os músculos estão presentes como símbolo de força e virilidade. O apelo à sensualidade é forte e as imagens são tratadas para intensificar essa característica. O corpo feminino é magro, muito magro e retratado com pouca roupa, transmitindo não apenas certo apelo sexual, mas também vulnerabilidade e fragilidade. A mulher aparece dominada, violentada ou morta. O corpo masculino se sobressai nas imagens e o lugar da mulher é abaixo, inferior. O feminino pode ser também aviltado e injuriado. A verticalização e hierarquização mostram-se visíveis e explícitas.

Outros exemplos poderiam ser acrescentados aqui, do passado distante ou mais recente, com características semelhantes, mas não menos inquietantes: homens aparentemente bem-sucedidos, sendo servidos, em diversos sentidos, por mulheres submissas e violentadas. No apêndice foram colocadas outras imagens, de outros anos, encontradas durante horas e horas de pesquisas, com breves informações sobre as mesmas.

É inquietante e provoca profundas reflexões o porquê das modelos se submeterem a cenas tão violentas, de tanta submissão e aviltamento. Vale pontuar que as campanhas pesquisadas foram feitas por homens, mas porque as modelos mulheres se submeteram ao papel que lhe foi atribuído, especialmente mais recentemente? Bom, acredita que somente dando voz à mesma essa pergunta poderá ser respondida, mas infere-se que as condições materiais de existência interferiram drasticamente nas escolhas que podem ser

feitas, não se pode descartar que se trata de grandes marcas, com muito poder financeiro e grandes cachês. As campanhas são assinadas por homens influentes no mundo da moda, o que reforça a ideia de que há sim cumplicidade daquele que também não aparece no enquadramento da imagem. Além disso, é sempre importante lembrar que os dominados participam de sua dominação, que até mesmo o estranhamento e a recusa foram destituídos dos femininos. A suposta e falaciosa naturalização dos papéis sociais, da determinação biológica, bem como a naturalização que emerge do comum, do que é feito em larga escala, sem estranhamento, a ausência de criticidade às normas, ao estabelecido, a imersão na estrutura patriarcal, o conservadorismo e o reacionarismo podem sugerir algumas possibilidades de respostas. Ademais, reforça-se o quanto o sexo biológico é insignificante e indiferente para a reprodução da estrutura patriarcal que se torna estruturante de subjetividades masculinas e femininas, perpassando-as e reforçando modelos que

vão ensinando modos de ser homem e de ser mulher. Assim, podemos dizer que, não são propriamente as características sexuais que irão constituir o que é o masculino e o feminino, mas sim os discursos que foram construídos socialmente e culturalmente, em relação a estas características. (CHIMIESKI E QUADRADO, 2017, p. 2)

Nas imagens selecionadas aqui, especificamente, são modos e modelos agressivos e violentos, submissos e violentados, perversos e monstruosos; características e configurações que em nenhum momento histórico deveriam ser representadas ou valorizadas, mas punidas legalmente (ante o cometimento de crimes) e devidamente tratadas.

5.3 Os masculinos em comparação: décadas tão diferentes, representação de homens semelhante, violências iguais

O fato de não estarmos completamente transformados, de podermos dar as costas, virar a página, mudar de canal, não impugna o valor ético de uma agressão por meio de imagens. Não é um defeito o fato de não ficarmos atormentados, de não sofremos o bastante quando vemos tais imagens. Tampouco tem a foto a obrigação de remediar nossa ignorância acerca da história e das causas do sofrimento que ela seleciona e enquadra. Tais imagens não podem ser mais do que um convite a prestar atenção, a refletir, aprender, examinar as racionalizações do sofrimento em massa propostas pelos poderes

constituídos. [...] Tudo isso com a compreensão de que a indignação moral, assim como a compaixão, não pode determinar um rumo para a ação. (SONTAG, 2003, p. 97)

As definições contidas nos glossários de Flusser (2009) e Martin e Gaskell (2015) permitem afirmar que as 10 imagens aqui analisadas se constituem em superfícies nas quais as ideias se inter-relacionam, produzindo códigos, ou seja, sistemas de signos que são ordenados por regras. Os signos são as unidades básicas de análise, são fenômenos cujas metas são outros fenômenos e também são a conjunção de um significante e um significado. O significante, por sua vez, é o componente material do signo e o significado é o componente mental do mesmo, o conceito, ou ideia; é ainda a meta do signo.

Interessa, assim, o significante e o significado contido nos signos dentro dos sistemas ordenados que foram selecionados após intensas buscas e pesquisas. Interessa, sobretudo, visualizar o que pode estar “escondido”, especialmente os significados. Ao conhecer os mesmos, espera-se ser possível tecer algumas inferências e destas fazer emergir alguma interpretação.

O Quadro 1, abaixo, explicita as categorias que foram observadas nas imagens, alguns significantes e significados dos signos e ainda se comparou como estes se expressaram nas imagens os dois períodos analisados. É preciso destacar que os períodos são completamente diferentes entre si, ousando afirmar que diante de tanta diferença, trata-se de dois “mundos”. As imagens, ou seja, as superfícies também são bastante diferentes em suas composições estéticas. Contudo, os signos com seus significados e significantes praticamente não diferem ou diferem muito pouco com relação à presença e número de ocorrências entre os períodos.

Quadro 1 – Signos em comparação

Alguns significantes e significados observados	Anos Dourados (1950-1959)	Anos 2000 (2000-2009)
Cenário destoante dos produtos ou peças a venda não valorizadas	Em 2 de 5 imagens	Em 2 de 5 imagens
Corpo masculino sem pelos ou barba	Em 4 de 5 imagens	Em 3 de 5 imagens
Corpo masculino magro (“barriga chapada”), com músculos	Em 3 de 5 imagens	Em 3 de 5 imagens
Feminicídio tentado ou consumado	Em 2 de 5 imagens	Em 2 de 5 imagens
Homem como componente do espaço público	Em 4 de 5 imagens	Não relevante ou perceptível

Homem como possuidor de bens	Não relevante ou perceptível, mas o uso do terno predomina nas imagens	Em 3 de 5 imagens
Homens em posição confortável ou de bravura, fortes, heróicos, dominadores, conquistadores	Em 5 de 5 imagens	Em 4 de 5 imagens
Homens vestindo ternos ou roupas sociais	Em 3 de 5 imagens	Em 3 de 5 imagens
Infantilização do feminino e paternalização do masculino	Em 1 de 5 imagens	Em 1 de 5 imagens
Mulheres circunscritas ao privado, “donas de casa”	Em 5 de 5 imagens	Não relevante ou perceptível
Posição verticalizada, relação hierarquizada	Em 5 de 5 imagens	Em 4 de 5 imagens
Reforço à feminilidade e sensualidade na cor das roupas e acessórios	Em 4 de 5 imagens	Em 4 de 5 imagens
Subserviência, submissão ou vulnerabilidade, fragilidade da mulher	Em 4 de 5 imagens, na única não contabilizada houve severa punição	Em 4 de 5 imagens
Uso de frases machistas	Em 4 de 5 imagens	Não estão presentes
Violência física explícita	Em 3 de 5 imagens	Em 4 de 5 imagens

Fonte: Sistematização própria, a partir das imagens selecionadas e analisadas.

Entre os quinze significantes ou significados observados apenas quatro mostraram-se destoantes quando comparados os dois períodos analisados. Entre os quatro, dois podem ser associados e, sendo assim, a diferença deixa de existir. Refere-se aqui ao “homem como componente do espaço público” (que nos anos dourados apareceu em quatro das cinco imagens analisadas, mas não aparece como relevante ou perceptível nos anos 2000) e o “homem como possuidor de bens” (que aparece em três das cinco imagens dos anos 2000, mas não se mostra relevante ou perceptível na década de 50). Se se considerar, no entanto, que no espaço público é onde se trabalha – notadamente nos anos 50 – e sendo assim torna-se provedor ou possuidor de bens, os dados se equivalem e praticamente não há diferenças entre as décadas analisadas. Além disso, na publicidade/propaganda, como já mencionado, o uso do terno é sinônimo de masculinidade e também objetiva sinalizar sucesso profissional e sofisticação, e este aparece recorrentemente nos dois períodos analisados.

O significante “uso de frases machistas” de fato não se materializa nas peças publicitárias dos anos 2000. É notável que os textos deixaram de existir, mantém-se apenas os nomes das marcas e grifes, e as imagens ganham total centralidade nas peças

publicitárias. O contexto pode contribuir para explicar essa característica, uma vez que com a massificação da banda larga o compartilhamento de imagens e vídeos aumentou drasticamente. Além disso, o avanço tecnológico possibilitou tratamento e melhoramento das imagens e a qualidade das mesmas tornou-se expressiva. Talvez fosse mesmo esperado que a propaganda/publicidade seguisse esta tendência e passasse a investir consideravelmente na produção de imagens, sem textos. Quanto à interpretação dessas, lembra-se a tensão em Sontag e Butler, e afirma-se que a mesma depende tanto da consciência política que se tem, quanto do enquadramento que é feito.

O significante “mulheres circunscritas ao privado, ‘donas de casa’” é notável nas cinco imagens da década de 50. Já nos anos 2000, torna-se imperceptível ou irrelevante e novamente os contextos podem elucidar o fato. No pós-guerra, a família ideal tem a mulher como dona de casa, mãe e esposa. Há uma retração se considerado o período de guerra nos qual na ausência dos homens (que lutavam), muitas mulheres assumiram a posição de provedoras. Mas, há também dados que mostram que muitas mulheres casadas trabalhavam “fora”, sem, contudo, que isso fosse valorizado ou retratado⁴², era visto como uma “disfuncionalidade”, uma ausência ou fracasso do homem. Nos anos 2000, após inegáveis conquistas do movimento feminista, há todo um esforço para que a mulher conquiste espaços de trabalho mais diversificados e justos. A mulher deve ainda “ser bela e recatada”, mas o “lar” pode se somar a outros espaços. A função de cuidar da casa, dos filhos e marido não deixa de existir e ser atribuída às mulheres, mas esta passa acumular a função de trabalhadora, estudante e ocupante do espaço público também.

Importante mencionar também a uniformidade de algumas características presentes nos dois períodos: pessoas brancas foram imensa maioria (exceto em uma imagem que se tem um homem negro); pessoas jovens também se sobrepõem, assim como relações heterossexuais e a família nuclear (destacadamente nos anos 50).

Parece não haver dúvidas, seja nos anos 50 ou 2000, que a publicidade/propaganda reforça o patriarcalismo hegemônico, reificando os gêneros, sustentando e valorizando padrões e práticas significantes como naturalizadas, forjada em regras e discursos bem engendrados. As imagens analisadas, deste modo, corroboram com aparentes identidades formadoras do masculino hegemônico: racionalidade, concentração e inteligência; provedor e possuidor de bens; forte, musculoso, conquistador e viril; impassível, agressivo, estoico, bravo e que maltrata e feitichiza as mulheres.

⁴² Novamente afirma-se que não se pretende adentrar em questões raciais, mas é salutar e justo destacar que mulheres negras SEMPRE trabalharam e se constituíram como provedoras.

A contestação desses discursos e práticas e a propagação e valorização de outras performatividades não hegemônicas dos masculinos podem contribuir assim para a produção de semelhantes (e imagens fazem isso) não violentados ou violentadores (e a violência pode ser lida como a destruição dos semelhantes). Os enquadramentos, ditados pelas normas, definem a não violência, essa prática não apaziguadora que emerge da violência e que luta contra a maximização da precariedade, pois esta leva à potencialização da violência. E é ela, a violência, que regula e mantém o binarismo, que define o que é feminino e o que é masculino, que policia, controla, exclui e mata, especialmente diante da recusa do estabelecido. Contudo, é exatamente na recusa que resiste a subversão e é na subversão da lógica binária que parece existir a possibilidade da construção de um mundo não violento.

6. CONCLUSÕES

Consumimos imagens num ritmo sempre mais rápido e, assim como Balzac suspeitava que as câmeras exauriam camadas do corpo, as imagens consomem a realidade. As câmeras são o antídoto e a doença, um meio de apropriar-se da realidade e um meio de torná-la obsoleta. (SONTAG, 2003, p. 196)

Urge uma filosofia da fotografia para que a práxis fotográfica seja conscientizada. A conscientização de tal práxis é necessária porque, sem ela, jamais captaremos as aberturas para a liberdade na vida do funcionário dos aparelhos. Em outros termos: a filosofia da fotografia é necessária porque é reflexão sobre as possibilidades de se viver livremente num mundo programado por aparelhos. Reflexão sobre o significado que o homem pode dar à vida, onde tudo é acaso estúpido, rumo à morte absurda. Assim vejo a tarefa da filosofia da fotografia: apontar o caminho da liberdade. Filosofia urgente por ser ela, talvez, a única revolução ainda possível. (FLUSSER, 2009, p. 76)

As 10 imagens selecionadas para análise nesta dissertação condizem com as definições trazidas na revisão bibliográfica, assim sendo, referem-se a superfícies que objetivam representar algo, são mediações – incompletas e fragmentadas – que recortam, reduzem e reciclam o real e ainda aprisionam e apropriam a realidade. Fornecem informações, geram interpretação via enquadramento, mas também levam à aceitação da realidade e talvez aí haja um grande risco, pois é preciso negar a aparência para se compreender de fato.

Assim sendo, é preciso reforçar que imagens expostas e difundidas amplamente se opõem ao exercício de ver o real e que é preciso esforço para se conhecer bem o mundo inteligível (ou o Bem – na compreensão platônica), esforço, inclusive para ver e negar aquilo que é mostrado superficialmente/facilmente e ver, de fato, o que não está, algumas vezes, tão explícito. É preciso ir além e ver aquilo que pode estar encoberto, ou ver de outra forma, por outro ângulo, algo que pode ser muito comum e por isso naturalizado, mas não totalizante. É preciso esforço para se ver aquilo que não está na superfície, para se reconhecer que nem tudo está sendo mostrado ou para se explicitar que o que está sendo visualizado trata-se de um recorte, de uma fração, e que há muito mais para ser visto. As reflexões sobre as imagens que parecem ser reais, que são até formadas a partir

de figuras e alegorias do real, mostram, contudo, que de fato tais imagens estão longe de serem fidedignas a tudo que a realidade pode mostrar. Nesse sentido, reforça-se que ainda que o propósito das imagens é serem mapas, tornam-se, de fato, cada vez mais e perversamente, biombos, como escreveu Flusser.

Com relação à produção das imagens, notou-se pela interferência do contexto de ambas as décadas pesquisadas, que nada foi ingênuo ou aleatório. Os ilustradores, fotógrafos, estilistas, produtores, diretores de artes e todos os outros profissionais envolvidos na criação, produção e divulgação dessas imagens foram cúmplices, pois, as mesmas se constituíram, efetivamente, em operações de poder que reforçaram posições morais. Já sobre ser afetado por elas depende sim de uma consciência política apropriada, que consegue identificar e sobretudo negar as violências presentes nas imagens. E ser afetado, depende também da compreensão de quais vidas são consideradas enlutáveis, e isso é definido pelas normas e pelo enquadramento. Nunca é demais reforçar que enquadrar é excluir. E que à vista disso, faz-se necessário, mencionar também o esforço empreendido para reforçar a compreensão dos femininos e das feminilidades como vidas não enlutáveis, vidas consideradas não vivas, apreendidas como precárias na máxima potência e conduzidas, assim, a uma intensificação das violências, a uma percepção da vulnerabilidade que suscita o desejo de destruição ou violentação dessa vida não viva e pela qual não se lamenta a perda ou o dano. E foi justamente pelo “enquadramento” – categoria indissociável das imagens – que se organizou a experiência visual e também foram geradas as ontologias específicas dos sujeitos. Sujeitos esses constituídos mediante normas que, quando exaustivamente repetidas, produziram e deslocaram os termos por meio dos quais os sujeitos foram ou não reconhecidos. Destarte, parece sempre haver sujeitos que não são exatamente reconhecíveis como sujeitos e há vidas que dificilmente – ou, melhor dizendo, nunca – são reconhecidas como vidas. Ao enquadrar a realidade, as imagens determinaram o que foi levado em conta dentro do enquadramento de cada época – e esse ato de delimitação foi sem dúvida interpretativo, pois as imagens foram capazes de gerar interpretação via enquadramento. O enquadramento das imagens forneceu meios para sua interpretação e não há vida nem morte sem relação com um determinado enquadramento ditado pelas normas que perfazem a estrutura e a conjuntura do social, do cultural, do simbólico e do político.

Dessa forma, o impacto que as imagens produziram pode ser consequência de uma consciência ética e política que antecede e se exterioriza, e também ao que se concebe como vivo e sendo, portanto, passível de perda. E como são as normas que ditam o

enquadramento e que produzem os masculinos vivos, mas violentadores e dominadores, e que produzem também masculinos não vivos, violentados e dominados, porque cada sujeito que se encontra potencialmente ameaçado por outros sujeitos, que são igualmente precários (porque essa é uma condição humana), produzem formas de dominação. A capacidade para responder com não violência, de atuar contra certo ato violento, ou de preferir o não agir diante de uma provocação violenta, relaciona-se aos enquadramentos mediante os quais o mundo é visto e o domínio no qual está circunscrito. O enquadramento – produzido pelas normas – que circunscreve o olhar e dita as ações é, portanto, determinante. Dessa forma, sendo as normas que fundam os sujeitos violentas (e ditam também o enquadramento), toda sociedade ocidental é formada, então, por meio da violência e exatamente por isso que tem a responsabilidade de não repetir a violência que a formou, surgindo o dilema ético que leva a uma possível interdição ética (ensinamentos de Butler). A questão ética de cometer ou não violência surge apenas em relação a um outro que pode ser ouvido e visto, que se encontra plenamente vivo e, dessa forma, enlutável no caso de sua perda ou dolo. Sobre esse ponto, a hierarquização e verticalização que se viu nas imagens em ambas as décadas analisadas em nada contribui para a mulher ser vista e ouvida, dificultando, sobremaneira, a interdição ética com relação às violências retratadas.

Isto posto, a não violência perpassa, assim, pela crítica às normas do que define a vida e a não vida, pelo reconhecimento de precariedade que caracteriza todos os humanos e os homogeneiza. A violência, por sua vez, mantém e regula o binarismo, define o que é masculino e feminino, polícia, exclui e produz descrédito, especialmente diante de recusas; faz parte e garante o sistema de dominação-exploração. E novamente, nota-se que é preciso negar a aparência para se compreender de fato. É preciso reforçar, portanto, que ver, escrever e constatar não é suficiente. É preciso interpretar e compreender. E tudo isso faz parte de um gesto político. Por isso, ainda que as imagens perturbem, não se pode admitir a paralisia ou o anestesiamento, pois é também da perturbação que advém a compreensão, como ensina Butler. E a perturbação que emerge das imagens, como essas que foram usadas aqui, pode mobilizar pressões e proibições diante de quaisquer menções, grandes ou pequenas, explícitas ou pouco visíveis, às violências, à subordinação, à subserviência, ao feminicídio, ao machismo e à misoginia. Lembra-se que a perturbação, a mobilização e a ação são capazes de enfrentar a violência de gênero que é sempre masculina (independente do sexo das pessoas envolvidas), que transforma

diferenças em desigualdades, que leva ao controle e à domesticação e que impõe desigualdades hierárquicas.

Além de tudo isso, a sociedade parece não mais se servir das imagens, mas a viver e se constituir em função delas. A capacidade de decifrar as cenas como significados do mundo foi mesmo sendo substituída pelo vivenciar-se o mundo por meio de um conjunto de cenas, como advertiu Flusser. Desconsidera-se que a imagem não se configura, essencialmente, como uma verdade e que esta depende de toda uma estrutura externa, sustentada por uma ordem social, política, simbólica e cultural vigente em nossa sociedade. Pôde ser percebido que nas imagens da década de 50 havia muito mais a interdependência, a complementariedade, a solidariedade e a dialética entre palavras e imagens, conforme ensinado por Didi-Huberman. Já as imagens da primeira década dos anos 2000, talvez devido ao aperfeiçoamento e melhoramentos na produção das imagens, trouxeram a supressão dos textos e a compreensão das imagens ficou a cargo único e exclusivo do que foi expresso nas fotografias. Nota-se, assim que, cada vez mais, corre-se sério risco que a escrita entre em decadência e declínio/redução em prol das imagens, em prol de uma cultura cada vez mais massificada da imagem.

Defende-se como imprescindível o reforço dos ideais filosóficos – compreendendo que a realidade sempre foi interpretada por meio das informações fornecida pelas imagens – de diminuir a dependência social das imagens, sendo indispensável apreender e reconhecer um modo de compreender o real sem usar imagens. É preciso propagar que as imagens somente se tornam verdadeiras na medida em que se assemelham a algo real, mas sempre se tornam falsas porque não passam de mera semelhança do mesmo. Uma imagem fornece informações, mas estas são apropriadas, controladas, objetificadas, fragmentadas e, sobretudo, reificadas, daquilo que foi experienciado no real. Além de se negar a aparência que emerge das imagens, é preciso experienciar a realidade.

Não se pode furtar, entretanto, ao debate e compreensão, que as imagens modificam e ampliam nossas ideias sobre o que vale a pena olhar e sobre o que temos o direito de observar, constituindo, dessa forma, uma “gramática” que necessita de uma ética fortalecida do ver e do compartilhar, de uma filosofia das imagens ou da fotografia (nas palavras de Flusser). É preciso, desse modo, alertar que criar imagens fortalece o que está em foco, faz parte de um exercício de cumplicidade, de certo interesse por manter o *status quo*, e que muitas vezes a manutenção desse foco realça violências e dores das pessoas, de grupos e gerações inteiras. Pontua-se ainda quanto aos impactos da

massificação, multiplicação e crescimento exponencial das imagens de horror que determinam a possibilidade, ou melhor, a impossibilidade de ser moralmente afetado. As imagens têm a capacidade de chocar apenas quando mostram algo novo. Viver com as imagens de sofrimento rouba a consciência e a capacidade de ser compassivo. O vasto *menu* imagético da desigualdade e da injustiça entre os gêneros fornece certa familiaridade com a atrocidade, levando às violências parecerem comuns, familiares e inevitáveis. Remete-se, ainda, à distorção e ilusão de que a proliferação de imagens produz de acessibilidade (como se o masculino hegemônico fosse o único possível), de anestesiamiento, bem como de entretenimento e controle.

A pouca variabilidade entre as décadas analisadas no que tange às categorias de identidades – presentes do interior da estrutura – que engendram, naturalizam e enquadram o ser homem (que se constrói no não ser mulher e não ser homossexual), que percebe em tudo que é feminino e tudo que se remete à feminilidade como um risco, essa pouca variabilidade que foi percebida e mostrada, mesmo considerando contextos e realidades tão diferentes, confirma como uma suposta e falaciosa realidade formada por imagens contribui para a produção de ações violentas via (pré) conceitos e concepções que as imagens reforçaram, que foram publicizados e produziram efeitos sobre as vidas e as existências, efeitos violentadores.

Nestas linhas conclusivas, é importante lembrar ainda que as transformações econômicas e as conquistas relacionadas à cidadania feminina podem até vulnerabilizar alguns aspectos das masculinidades e que as tentativas de resolver a angustia dos homens podem perpassar pelas guerras, pelas artes, pela sedução, pelo trabalho excessivo, pela virilidade e toda performatividade (aparência, gestualidade, postura corporal, expressões verbais, expressões incorporadas e expressões ritualizadas, formas de vestir, andar e comportar), mas a estrutura de privilégios, poder e subordinação atrelados à hegemonia parece inquebrantável. A hegemonia é, assim, de fato, uma antirrevolução passiva, na qual os dominados participam de sua dominação, na qual a preservação das figuras subalternas e das masculinidades não hegemônicas persistem, mas são reprimidas e auto reprimidas. A publicidade, como se mostrou, reforça a hegemonia por meio de um padrão de práticas que têm definições de gêneros reificadas, com significantes naturalizados, forjados por regras e discursos bem engendrados, mas que podem ser contestados, desconstruídos e subvertidos.

Então, refuta-se as configurações de identidade que podem ser atribuídas aos homens relacionadas ao racional, concentrado, bem como outros substantivos inertes e,

portanto, reificados designados como inteligência, competência, possuidor de bens e provedor. Assim como, nega-se também o atributo de conquistador, de forte, de agressivo, líder, pertencente ao espaço público e dominador. Essas aparências foram geradas, regradas, enquadradas e forjadas aos masculinos e repetidas à exaustão até o ponto de serem naturalizadas. Formam um discurso fantasístico e que no caso desta dissertação foi analisado por meio de imagens presentes em peças publicitárias e seus enquadramentos. Essas (e muitas outras) categorias de identidade, homogeneizadoras, perversamente construídas e difundidas precisam ser contestadas para se desfazer e se desconstruir o binarismo hierarquizado no qual a sociedade ocidental capitalista se sustenta e que converte todo um sistema falacioso e violento para a formação das identidades.

Nesse sentido, acredita-se – que a partir das reflexões e análises feitas ao longo desta dissertação – ter sido possível explicitar que imagens contidas em peças publicitárias ao longo das décadas de 50 do século XX e da primeira década dos anos 2000 variaram pouco no que tangem aos enquadramentos dos homens e suas categorias de identidades e contribuíram e reforçaram para a propagação e massificação de vertentes das masculinidades que corroboraram para as violências contra as mulheres. As imagens reforçaram e desenvolveram uma posição moral e ética – especialmente diante da inexistência de uma consciência política apropriada – portanto, as violências cometidas contra as mulheres foram reforçadas pelo uso e abuso de imagens nas quais os masculinos são mostrados, compartilhados e publicizados como detentores de atributos que contribuíram para os abusos, violências e dominação impostas às feminilidades.

Por fim, conclui-se que as imagens produzidas e que servem para sustentar o estabelecido se referem a uma projeção mal-acabada e distorcida da realidade, validada por uma estrutura externa, sendo que na contemporaneidade essa tem sido a máxima de visualização permitida a todo um grupo de pessoas “presas” que julga estar vendo o quadro completo e real e que parece recusar-se a “caminhar para fora da caverna” e vislumbrar a realidade “a luz do sol pleno do conhecimento”. Propõe-se que uma saída viável seja utilizar os efeitos pedagógicos das imagens, aprendendo e ensinando a lê-las. Já se sabe criar e compartilhar imagens com facilidade, porém, é preciso também saber interpretar a própria criação. É necessário se discutir e refletir acerca das imagens e sobre seus efeitos na sociedade, sobre como as mesmas massificam e homogeneizam as masculinidades e como essa pode ser usada para naturalizar as violências e o mecanismo opressor sobre as feminilidades e até sobre masculinidades não hegemônicas. É preciso

educar para que as pessoas consigam ler, questionar e formular novos conceitos. As imagens podem ser também utilizadas como mapas para ler o mundo e a partir disso conseguir modificá-lo. Logo, faz-se necessário pensar em atitudes éticas, que questionem e sejam reflexivas sobre o compartilhamento de informações que podem não solucionar completamente o problema, mas que realocam a responsabilidade da disseminação de imagens que colocam a vida (sempre enlutável em todas suas formas e expressões!) em risco. É urgente subverter (pré) conceitos e concepções que as imagens querem reforçar ou negar. É urgente se responsabilizar pelas imagens que são criadas e compartilhadas e, especialmente, sobre os efeitos que as mesmas produzem sobre as vidas e as existências, pois sabe-se que é a partir da crítica às imagens que surgem as imagens críticas, demolidoras do binarismo e da hegemonia.

Para finalizar, como no início desta dissertação, traz-se um mito famoso e conhecido para reflexões. Muitos devem se lembrar da Medusa de Górgona, a mulher cujos cabelos eram serpentes e transformava em pedra quem para ela olhasse. Antes de ser esse monstro, Medusa era uma linda donzela com longos cabelos, mas que ousou competir em beleza com a própria deusa Minerva, que vingativa a transformou num monstro que muito assustava a todos em Serifo. Ainda de acordo com o referido mito, Perseu, instrumentalizado pela própria deusa Minerva com sandálias aladas e um escudo brilhante, entrou na caverna onde Medusa dormia e sem olhar diretamente para ela, mas guiado pela imagem refletida no escudo, cortou-lhe a cabeça e a ofereceu à Minerva. Novamente, diante de muitas possibilidades de interpretação, reflexão e ensinamentos, faz-se uma escolha e se destaca a forma como o terrível monstro foi enfrentado. Nota-se que a imagem refletiva é uma mediação que guiou Perseu. Olhar diretamente o mataria, mas a imagem refletida é inofensiva e permitiu o enfrentamento do terrível e fatal monstro. Dessa forma, diante da impossibilidade de encarar os horrores reais, quando esses podem nos paralisar completamente, podemos flertar com suas imagens, que apenas se assemelham ao real, mas que não nos apresentam riscos. As imagens podem ser um meio (e não um fim como têm sido usadas, infelizmente) para o enfrentamento do horror existente na realidade, pois sendo apenas uma semelhança, não oferece os mesmos riscos do real. Qual foi afinal a maior façanha de Perseu? Não teria sido enfrentar o medo e olhar a imagem refletida em seu escudo? Teria sido não permitir que o horror o paralisasse e o tornasse totalmente impotente?

A fotografia, mesmo a mais crua, a mais exata do que se passava, toda imagem do horror é um véu do horror; toda imagem, por ser imagem, protege-nos do horror". [...] Mas, eis que uma nova metáfora se vê convocada em socorro do

argumento: a de uma *imagem-espelho* – como não podia deixar de ser tratando-se de fotografia – que seria, ao mesmo tempo, uma *imagem-escudo*. [...] O espelho, a imagem, é um escudo real contra o real para o qual não se pode olhar [...]. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 233, citando G. Wajcman)

Não se desconsidera que o mito traz também o registro metafórico de um feminicídio e muitas outras violências, então trazê-lo nessas linhas finais foi uma atitude “ousada” para introduzir reflexões sobre as quais se pretende aprofundar em outros trabalhos e que se relacionam à projeção das imagens e nossa memória, pois é fato que se faz preciso aprofundar no aprendizado e no ensino em como lidar melhor com aquilo que vemos (que pode ser paralisante) e com aquilo que retemos, enfim

[...] devemos aprender a controlar o dispositivo das imagens para saber o que fazer com o nosso ver e com a nossa memória. Saber, em suma, manejar o escudo: a *imagem-escudo*. [...] o escudo, o reflexo não são apenas sua proteção, mas a sua arma, a sua astúcia, o seu meio técnico para decapitar o monstro. A impotente fatalidade de partida (“não há o olhar para a Medusa”) é substituída pela *resposta ética* (“ora bem, enfrentarei mesmo assim a Medusa, olhando-a de outro modo). Apresentar esta fábula como uma ilustração do “poder pacificador das imagens diante do real” constitui, portanto, um erro. A história de Perseu nos ensina, pelo contrário, o poder de enfrentar esse mesmo real por meio de um dispositivo formal utilizado contra toda e qualquer fatalidade do “inimaginável” [...]. (DIDI-HUBERMAN, 2020, p. 255)

Nesse mundo profundamente imagético, o que escolhemos? Refletimos sobre as imagens que nos cercam? Verificamos em nossas consciências se uma imagem nos inquieta ou nos consola? Horroriza-nos e nos paralisa? Emociona-nos e nos leva à ação? Refletimos se participamos ou não da mesma? Se a aceitamos ou recusamos? Se compartilhamos ou arquivamos? Diante de tantas possibilidades, estamos aptos a escolhas éticas e conscientes? Nota-se, dessa forma, que minhas reflexões e inquietações persistem ainda relacionadas à ação ou à paralisia diante de um bom enquadramento. Por hora, tenho apenas a resposta da minha consciência, desconhecendo as motivações que parecem contrariar a mesma. Eis o campo, pois como ensina Didi-Huberman (2018, p. 85): “Não há, sem dúvida, nenhuma imagem que não envolva, ao mesmo tempo, olhares, gestos e pensamentos. [...] É preciso, diante de cada imagem, perguntar-se como ela (nos) olha, como ela (nos) pensa e como ela (nos) toca ao mesmo tempo”.

REFERÊNCIAS

10 Propagandas Absurdas do Passado (e seus pares absurdos atuais). Disponível em: <http://nodeoito.com/propagandas-absurdas-passado-e-atuais/>. Acesso em: 04 abr. 2021.

ALMEIDA, Miguel Vale de. *Senhores de Si: uma interpretação antropológica da masculinidade*. Nova edição [online]. Lisboa: Etnográfica Press, 1995 (@CONSULTE_LE 23 Março 2018). Disponível em Internet: ISBN: 9791036511288. DOI: 10.4000/books.etnograficapress.459.

BADINTER, Elisabeth. *XY: sobre a Identidade Masculina*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

BELELI, Iara. Corpo e identidade na propaganda. *Estudos Feministas*, Florianópolis, 15 (1): 280, p. 193-215, jan./abr. 2007.

BOORSTIN, Daniel. *L'Image*. Union Générale d'Éditions, Col 10/18. Paris, 1971. Brasília, 2003.

BRASIL, Decreto nº 1.973, de 1º de agosto de 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D1973.htm>. Acesso em: 27 julho de 2021.

BRASIL, Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111340.htm> Acesso em: 27 julho de 2021.

Budweiser recria para 2019 seus anúncios machistas dos anos 50. Disponível em: <https://exame.com/marketing/budweiser-recria-para-2019-seus-anuncios-machistas-dos-anos-50/>. Acesso em: 04 e 05 abr. 2021.

BULFINCH, Thomas. *O livro de ouro da mitologia: histórias de deuses e heróis*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

BUTLER, Judith. *Corpos em aliança e a política das ruas: notas para uma teoria performativa de assembleia*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019.

BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. 20ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2020.

BUTLER, Judith. *Quadros de Guerra: quando a vida é passível de luto?*. 6ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2019.

CARIDADE, Maria do Amparo Rocha; RAPOSO, Helena Maria D. G.; LOPES, Ana Patrícia L. Freire. Machos ou masculinos? Um estudo sobre construções de masculinidades e produção de condutas violentas. *Revista Brasileira de Sexualidade Humana*, 16(1), São Paulo: Iglu, 2005, p. 113-22.

Cartaz de violência doméstica (Imagens do *Google*). Disponível em: https://www.google.com/search?q=cartaz+de+viol%C3%Aancia+dom%C3%A9stica&client=firefox-b-d&sxsrf=ALeKk01qr3LhEF1YOTPx3o0ntlpkZSbTsA:1610944201126&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwj4rvHm0qTuAhXPILkGHXycCaUQ_AUoAXoECAQQAw&biw=1366&bih=654. Acesso em: 28 out. 2020.

CECCARELLI, Paulo Roberto. A construção da masculinidade. *Revista Percurso*, São Paulo, n.º. 19, 1997, p. 49-56.

CHAGAS, R.V. De quando a publicidade se encontra com as artes visuais: a imagem publicitária e a construção da interpretação. In: HERNÁNDEZ, M.H.O., and LINS, E.Á., eds. *Iconografia: pesquisa e aplicação em estudos de Artes Visuais, Arquitetura e Design* [online]. Salvador: EDUFBA, 2016, pp. 138-149. ISBN: 978-85-232-1861-4. <https://doi.org/10.7476/9788523218614.0009>.

CHIMIESKI, Taina Guerra; QUADRADO, Raquel Pereira. A produção de masculinidades na campanha publicitária “para o você que existe no gro”. In: *Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women’s Worlds Congress*. Anais eletrônicos. Florianópolis, 2017, p. 1-11. Disponível em: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9K3PV63L7rwJ:www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499495161_ARQUIVO_fazendo.genero.Taina.Chimieski.pdf+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&client=firefox-b-d. Acesso em: 28 out. 2020.

CNTE lança campanha de combate à violência nas escolas. Disponível em: <https://www.sinteal.org.br/2017/11/cnte-lanca-campanha-de-combate-a-violencia-nas-escolas/>. Acesso em: 04 abr. 2021.

Conar puniu sete peças publicitárias por denúncias de machismo em 2016. Acesso em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2017/04/11/conar-puniu-sete-publicidades-por-denuncias-de-machismo-em-2016.htm>. Acesso em: 04 abr. 2021.

CONNELL, Robert W; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, 21(1): 424, janeiro-abril/2013, pp. 241-282.

DEARO, Guilherme. 13 anúncios acusados de promover a violência contra a mulher. *Exame*, 2016. Disponível em: <https://exame.com/marketing/13-anuncios-acusados-de-promover-a-violencia-contra-a-mulher/>. Acesso em: 28 out. 2020.

DEBONI, Mirian Aparecida; SILVA, Luiz Victor Florencio. Lei Maria da Penha: análise de campanhas publicitárias de superação à violência contra a mulher. *Fragmentos de Cultura*, Goiânia, v.28, n.2, p. 191-206, abr./jun. 2018.

DIALÉTICA. In: OXFORD, Definições de Oxford Languages. Disponível em: <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=dial%C3%A9tica>. Acesso em: 19/07/2021.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *Cascas*. 1ª ed. São Paulo: Editora 34, 2017.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *Remontagens do tempo sofrido*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2018.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *Imagens apesar de tudo*. 1ª ed. São Paulo: Editora 34, 2020.

FERNANDES, Mayã. A legitimidade programada da Fotografia-documento. *Revista Ano I: Ensaio*, 2020a. ISSN 2675-5599.
Disponível em: <https://medium.com/ano-i-ensaio/a-legitimidade-programada-da-fotografia-documento-124c36e672cf>. Acesso em: 10 nov. 2020.

FERNANDES, Mayã. Como enquadrar um enquadramento: lições de Agnès Varda. *Fissura*, mulheres nas artes visuais. 2020b.
Disponível em: <https://fissura.org/2020/09/02/como-enquadrar-um-enquadramento-licoes-de-agnesvarda-maya-fernandes/>. Acesso em: 10 nov. 2020.

FERNANDES, Mayã. Entre a denúncia e o sadismo: a estetização da violência. *Revista Ano I: Ensaio*, 2020c. ISSN 2675-5599.
Disponível em: <https://medium.com/ano-i-ensaio/entre-a-den%C3%Bancia-e-o-sadismo-aestetiza%C3%A7%C3%A3o-daviol%C3%Aancia-612143893d26>. Acesso em: 10 nov. 2020.

FETICHE. In: OXFORD, Definições de Oxford Languages. Disponível em: <<https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=FETICHE+SIGNIFICADO>>. Acesso em: 19/07/2021.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Sinergia Relume Dumará, 2009.

Homem que é homem tem umas grandes bolas (e outros clichés). Disponível em: https://expresso.pt/blogues/bloguet_lifestyle/Avidadesaltosaltos/2019-07-11-Homem-que-e-homem-tem-umas-grandes-bolas--e-outros-cliches-. Acesso em: 04 abr. 2021.

KARNAL, Leandro; PURDY, Sean; FERNANDES, Luiz Estevam; MORAIS, Marcus Vinícius de. *História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI*. São Paulo: Contexto, 2007.

LAGO, Mara Coelho de Souza; WOLFF, Cristina Scheibe. Masculinidades, diferenças, hegemonias. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, 21(1): 424, janeiro-abril/2013, pp. 233-240.

MALTA, Renata Barreto. A representação de gênero na publicidade brasileira: reflexos da hegemonia patriarcal. *Razon Y Palabra*, S.l., n.86, p. 1-18, abr./jun. 2014.
Disponível em: <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp>. Acesso em: 28 out. 2020.

MARTIN, W. Bauer; GASKELL, George (orgs.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 13. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MAY, Tim. Pesquisa documental: escavações e evidências. In: MAY, Tim. *Pesquisa social: questões, métodos e processos*. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2004, p.205-230.

MEDEIROS, Cristiano Sant'Anna de. Pensando com imagens na/da diferença para uma sociedade do compartilhamento. *ReDoC Revista Docência e Cibercultura*, Rio de Janeiro, v.2, n.2, p. 136160, maio/ago. 2018.

MEDRADO, Benedito; LYRA, Jorge. Por uma matriz feminista de gênero para os estudos sobre homens e masculinidades. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, 16(3): 424, setembro-dezembro/2008, pp. 809-840.

MOREIRA, Altamir. A iconografia em revisão. *Revista Contemporânea*, Santa Maria, v.1, n.1, e9, 2018, pp. 01-08.

NEVINS, Allan; COMMAGER, Henry Steele. *Breve história dos Estados Unidos*. São Paulo: Editora Alfa-Ômega, 1986.

PADILHA, João Filipe; RODRIGUES, André Iribure. As representações das masculinidades na publicidade: os comerciais da campanha “Você é o cara. Você é o kaiser”. In: *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo, 2016, p. 1-15. Disponível em:
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:V7U6ycWhYUIJ:https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2261-1.pdf+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br&client=firefox-b-d>. Acesso em: 28 out. 2020.

PANOFSKY, Erwin. Iconografia e iconologia. In: *O significado nas artes visuais*. São Paulo: Perspectiva, 2001 [1955], pp. 47-87.

PLATÃO. *A República*. 6ª ed. Ed. Atena, 1956. p. 287-291.

Premiado, mas machista. In. Oras Blog. Disponível em:
<http://orasblog2.blogspot.com/2008/01/premiado-mas-machista.html>. Acesso em: 10 ago. 2021.

Propagandas machistas antigas mostram como o mundo evoluiu. Disponível em:
<https://www.hypeness.com.br/2021/05/propagandas-machistas-antigas-mostram-como-mundo-evoluiu/>. Acesso em: 05 ago. 2021.

Propagandas Marlboro (Imagens do Google). Disponível em:
https://www.google.com/search?q=propagandas+marlboro&client=firefox-b-d&sxsrf=ALeKk01kRO-K2HR547LcCD72ubdlnUndJw:1610944061420&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjMpqKk0qTuAhUCIrkGHTU_DgYQ_AUoAXoECAMQAw&biw=1366&bih=654. Acesso em: 28 out. 2020.

Propagandas vintage que seriam barradas nos dias de hoje.

Popscreen - 1960 ad ~ Drummond Sweaters ~ Men Are Better Than Women ~ Row Boat

Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2013/12/propagandas-vintage-que-seriam-barradas-nos-dias-de-hoje/> e

<https://www.popscreen.com/prod/MTU4OTM3Njk4/1960-ad-Drummond-Sweaters-Men-Are-Better-Than-Women-Row-Boat>. Acesso em: 04 e 05 abr. 2021

Quando homens e mulheres invertem os papéis. *Pragmatismo político*, 2013.

Disponível em: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/10/homens-mulheres-invertem-papeis.html>. Acesso em: 28 out. 2020.

SAFATLE, Vladimir. Posfácio. Dos problemas de gênero a uma teoria da despossessão necessária: ética, política e reconhecimento em Judith Butler. In: BUTLER, Judith. *Relatar a si mesmo. Crítica da violência ética*. Tradução de Regina Bettoni. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019.

SAFFIOTI, Heleieth I.B. Contribuições feministas para o estudo da violência de gênero. *Cadernos Pagu*. Campinas, (16) 2001, pp.115-136.

SAFFIOTI, Heleieth I.B. Violência de gênero: o lugar da práxis na construção da subjetividade. *Lutas Sociais*. São Paulo, PUC, 1997, pp. 59-79.

SAFFIOTI, Heleieth I.B. Rearticulando gênero e classe social. COSTA, Albertina; BRUSCHINI, Cristina. *Uma questão de gênero*. Rio de Janeiro, Rosa dos Tempos; São Paulo, Fundação Carlos Chagas, 1992. pp. 183-215.

SAFFIOTI, Heleieth I.B. Violência de Gênero no Brasil Atual. *Revista Estudos Feministas*. Florianópolis, Ano 2, segundo semestre, 1994, pp. 443-461.

Saiu na rede: a história das campanhas da Gucci. Disponível em

<https://www.christinapitanguy.com.br/home/saiu-na-rede-historias-das-campanhas-da-gucci>. Acesso em 9 ago. 2021.

SANTOS, Carlos Alberto Ávila. Alegoria, iconografia e iconologia: diferentes usos e significados dos termos na história da arte. *XVII Seminário de História da Arte*, v. 2, n. 8. Pelotas, 2020. Disponível em

<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/Arte/article/view/4903>. Acesso em 26 jan. 2021.

SILVA, Denise Teresinha da. A fotografia publicitária de moda e a glamourização da violência contra a mulher. São Borja: Faith, 2013.

SILVA, Sergio Gomes da. Masculinidade na história: a construção cultural da diferença entre os sexos. *Psicol. cienc. prof.*, Brasília, v. 20, n. 3, p. 8-15, set. 2000. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932000000300003&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 2 jul. 2021.

SONTAG, Susan. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

SONTAG, Susan. *Sobre Fotografia*. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

SMIGAY, Karin Ellen Von. Relações violentas no espaço da intimidade: drama privado ou tragédia pública? Tese de doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2000.

UNFRIED, Rosana Aparecida Reineri. O uso da iconografia e da iconologia para a análise de fotografias e recuperação da história de Londrina. In: *Encontro Nacional de Pesquisa em Comunicação e Imagem - ENCOI*. Londrina, 2014, p. 1-16. Disponível em:
<http://www.uel.br/eventos/encoi/anais/TRABALHOS/GT7/O%20USO%20DA%20ICONOGRAFIA%20E%20DA%20ICONOLOGIA.pdf>. Acesso em: 26 jan. 2021.

WB/Brasil: Personalidades brasileiras se unem pelo fim da violência doméstica no país. Disponível em: <https://www.worldbank.org/pt/news/press-release/2013/03/01/real-mendont-beat-women-campaign-domestic-violence-Brazil>. Acesso em: 04 abr. 2021.

WELZER-LANG, Daniel. A Construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, vol. 9, nº. 2., 2001, p. 460-482.

APÊNDICE

Escolheu-se ilustrar um pouco mais com algumas imagens presentes em peças publicitárias que emergiram durante a pesquisa documental, mas que não foram utilizadas nas reflexões e análises visto não estarem no recorte de tempo ou critério homogeneizador do *corpus* estabelecido nesta dissertação.

Propaganda Pitney Bowes, 1953

*Is it always illegal
TO KILL A WOMAN?*

For six months I bend the ears of the home office to get a postage meter. I win... Then the only good, fast, dependable, honest-to-Gregg stenographer I got, this red-head Morissey—halls at a postage meter!

"I have no mechanical aptitude. Machines mix me up, kind of," she says. As if we asked her to fly a P-51, I almost blow my top.

This postage meter, I explain, is modern, more efficient, a time saver... No more adhesive stamps. No stamp box, and who's got the key? No running out of the stamps you need. No scrounging. No stamp sticking. Just set the lever for any kind of stamp you want, for any kind of mail, and the meter prints the stamp right on the envelope with a dated postmark—and it seals the flap at the same time. Faster than mailing by hand. Prints stamps on tape for parcel post. Will handle anything we have to mail out of this office. Even keeps its own records!

And metered mail doesn't have to be postmarked and cancelled in the postoffice, gets going earlier. It is practically heaven's gift to the working girl... and so on. But with the Morissey, no soap.

I try diplomacy. "Miss Morissey, I want you personally to try it for two weeks. If you don't like it then—back it goes to the factory! I depend on your judgment implicitly. Okay?"... She acts like an early Christian about to be hunch for a lion, but gives in.

So help me—two weeks later she has a big pink bow on the handle of the postage meter—like it was an orchid or something. I give it the gape.

"Kinda cute, ain't it," says Miss Morissey. "But a very efficient machine, Mr. Jones. Now the mail is out early enough so I get to the girls' room in time to bear all of the diet"... I wonder is it always illegal to kill a woman!

We are always learning some new advantages of the postage meter. If you'd like to learn what one could do for your office, call the nearest Pitney-Bowes office. Or write for an illustrated booklet.

PITNEY-BOWES Postage Meter
PITNEY-BOWES, Inc., 1125 Pacific Street, Stamford, Conn. Originators of Metered Mail. Largest makers of mailing machines. Branches in 63 cities in the United States and Canada.

Fonte: [https://www.hypeness.com.br/2013/12/propagandas-vintage-que-seriam-barradas-nos-dias-de-
hoje/](https://www.hypeness.com.br/2013/12/propagandas-vintage-que-seriam-barradas-nos-dias-de-hoje/). Acesso em: 04 abr. 2021.

Propaganda Sweaters Drummond, 1960



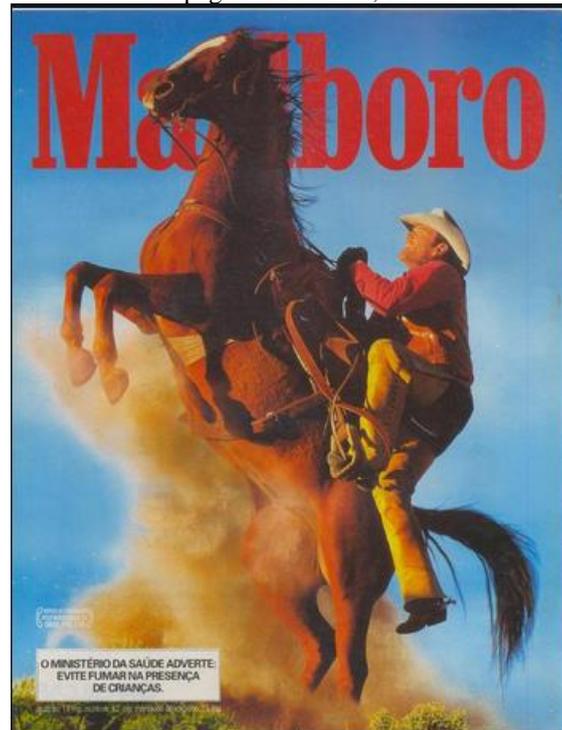
Fonte: <https://www.popscreen.com/prod/MTU4OTM3Njk4/1960-ad-Drummond-Sweaters-Men-Are-Better-Than-Women-Row-Boat>. Acesso em: 04 e 05 abr. 2021.

Propaganda Broomsticks, 1967



Fonte: <http://nodeoito.com/propagandas-absurdas-passado-e-atuais/>. Acesso em: 04 abr. 2021.

Propaganda Marlboro, 1998



Fonte: *Google*, a partir da busca por “propagandas Marlboro”. Acesso em: 28 out. 2020.

Propaganda Tapout Inc.⁴³

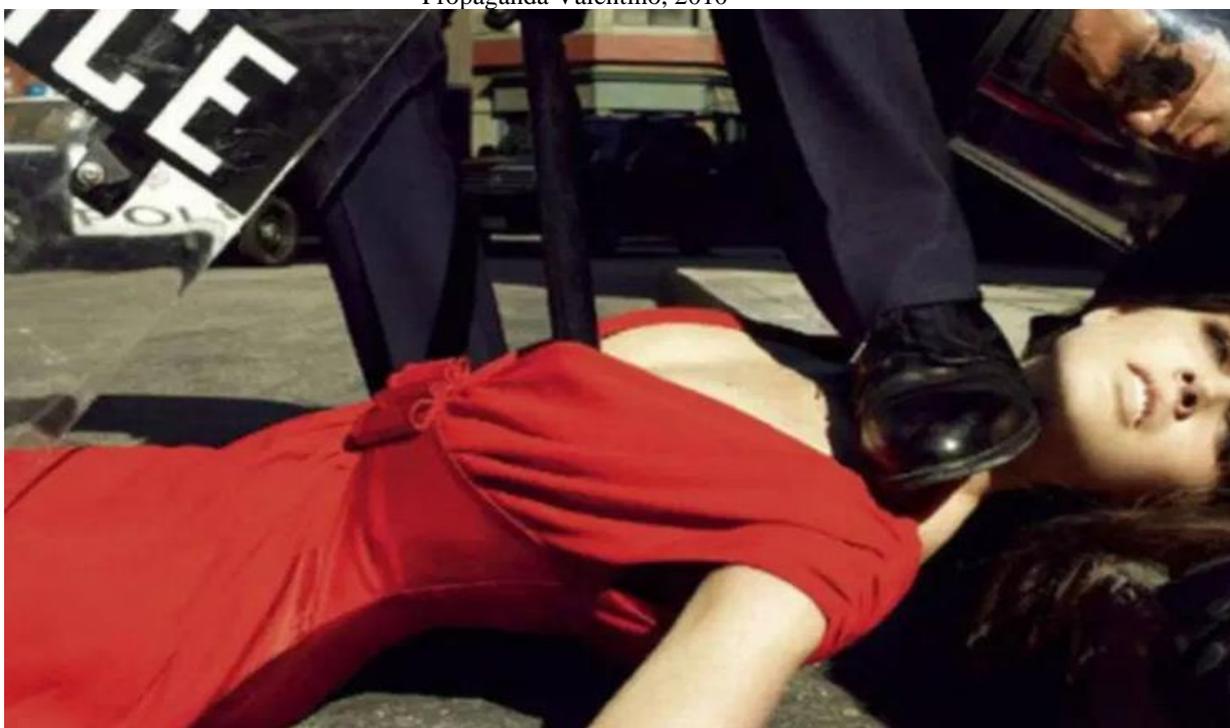
Fonte: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/10/homens-mulheres-invertem-papeis.html>. Acesso em: 28 out. 2020.

⁴³ Infelizmente, não se localizou a data da peça publicitária.

Propaganda Suit Suplly⁴⁴

Fonte: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/10/homens-mulheres-invertem-papeis.html>.
Acesso em: 28 out. 2020.

Propaganda Valentino, 2010



Fonte: <https://exame.com/marketing/13-anuncios-acusados-de-promover-a-violencia-contr-a-mulher/>.
Acesso em: 28 out. 2020.

⁴⁴ Infelizmente, não se localizou a data da peça publicitária.

Propaganda Valentino⁴⁵

Fonte: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/10/homens-mulheres-invertem-papeis.html>.
Acesso em: 28 out. 2020.

Propaganda Loulou⁴⁶

Fonte: <https://www.pragmatismopolitico.com.br/2013/10/homens-mulheres-invertem-papeis.html>.
Acesso em: 28 out. 2020.

⁴⁵ Infelizmente, não se localizou a data da peça publicitária.

⁴⁶ Infelizmente, não se localizou a data da peça publicitária.

Propaganda Calvin Klein, 2010⁴⁷

Fonte: <https://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,propagandas-sexistas-e-misoginas-podem-ser-proibidas-no-brasil,70001669977>. Acesso em: 08 ago. 2021.

Cartaz Instituto Patrícia Galvão⁴⁸

Fonte: *Google*, a partir da busca por “cartaz de violência doméstica”. Acesso em: 28 out. 2020.

⁴⁷ Proibida de circular na Austrália.

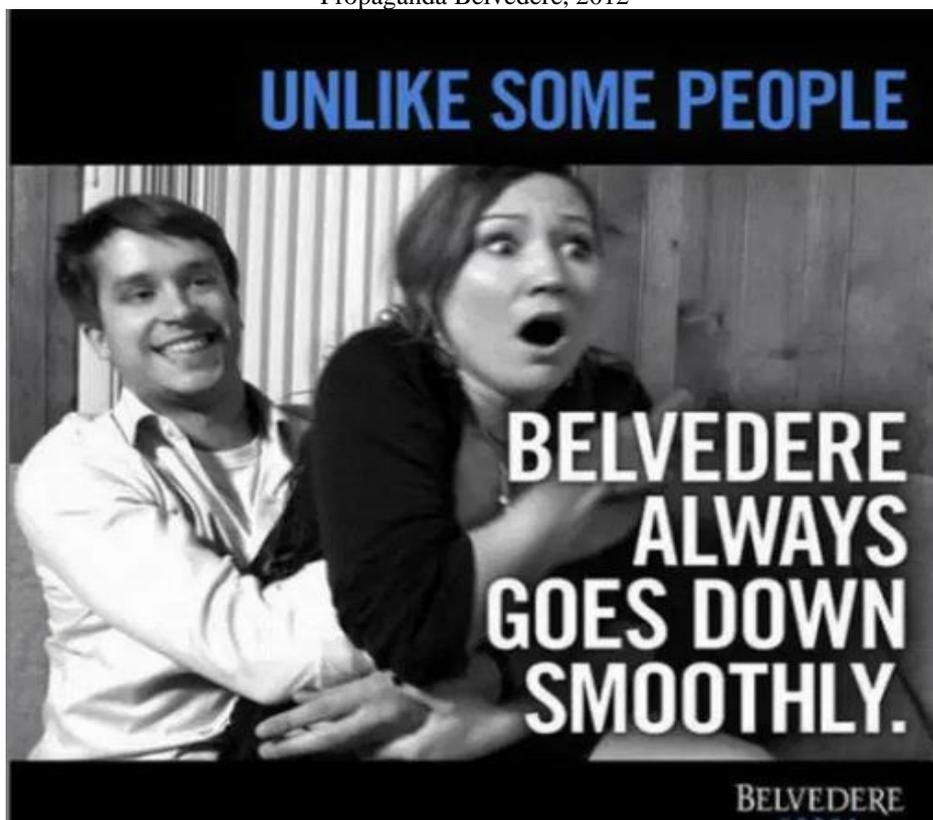
⁴⁸ Infelizmente, não se localizou a data da peça publicitária e talvez não seja tão óbvio, mas: “Ainda outros mecanismos de hegemonia operam por invisibilidade, removendo a forma dominante da masculinidade da possibilidade de censura. Consalvo, examinando a mídia sobre o massacre na Escola Columbine, nota como a questão da masculinidade foi retirada do escrutínio, deixando a mídia sem outra forma de representar os atiradores, senão como “monstros”. (CONNELL e MESSERSCHMIDT, 2013, p. 248)

Propaganda Fluid Salon, 2011



Fonte: <https://exame.com/marketing/13-anuncios-acusados-de-promover-a-violencia-contra-a-mulher/>.
Acesso em: 28 out. 2020.

Propaganda Belvedere, 2012



Fonte: <https://exame.com/marketing/13-anuncios-acusados-de-promover-a-violencia-contra-a-mulher/>.
Acesso em: 28 out. 2020.

Propaganda Editora Minuano, 2016



Fonte: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2017/04/11/conar-puniu-sete-publicidades-por-denuncias-de-machismo-em-2016.htm>. Acesso em: 04 abr. 2021.

Propaganda Prudence, 2016



Fonte: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2017/04/11/conar-puniu-sete-publicidades-por-denuncias-de-machismo-em-2016.htm>. Acesso em: 04 abr. 2021.

O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), em 2016, puniu (com sustação ou alteração) sete propagandas por apresentarem conteúdo misóginos, ou elementos que objetificam o corpo ou desrespeitam e desvalorizam a mulher. As duas acima estão entre as sete propagandas punidas. A peça da Prudence foi punida ainda por fazer apologia ao estupro.

Cartaz Campanha Saber Amar, 2017

**HOMEM QUE É HOMEM
COMBATE
A CULTURA DO ESTUPRO.**

De 25 de novembro a
10 de dezembro de 2017

16 dias de ativismo
pelo fim da violência
contra as mulheres

CAMPANHA
SABER AMAR
.COM.BR

CUT Confederação Nacional dos
Trabalhadores em Educação
www.cnte.org.br

CUT CUT

#RESPEITA
AS MINAS!

Fonte: <https://www.sinteal.org.br/2017/11/cnte-lanca-campanha-de-combate-a-violencia-nas-escolas/>.
Acesso em: 04 abr. 2021.

Propagandas L'oreal, 2019⁴⁹

JOGAR COM
SANGUE
~~SUOR~~
E LÁGRIMAS
É DE
HOMEM!

SAIBA MAIS

L'OREAL
MEN EXPERT

NOVO
CARBON
PROTECT
ANTITRANSPIRANTE
4 EM 1
PROTEÇÃO TOTAL 48h

L'OREAL
MEN EXPERT
CARBON
PROTECT
4 EM 1

VENCER
O CANSAÇO
É DE
HOMEM!

SAIBA MAIS

L'OREAL
MEN EXPERT
HYDRA
ENERGIZANTE
ANTI-FATIGUE

Fonte: https://expresso.pt/blogues/bloguet_lifestyle/Avidadesaltosaltos/2019-07-11-Homem-que-e-homem-tem-umas-grandes-bolas--e-outros-cliches-. Acesso em: 04 abr. 2021.

⁴⁹ Em Portugal, a Associação Portuguesa de Mulheres Juristas suspendeu todos esses anúncios publicitários da L'oreal por seu conteúdo sexista e, assim, proibido por lei naquele país.