

Empoderamento Feminino: A mulher nos HQ's contemporâneos e os movimentos de fãs contra a sexualização das heroínas¹

Fernanda Rodrigues de MENEZES²
Ana Paula BRAGAGLIA³
Universidade Federal Fluminense

RESUMO

O presente trabalho visa responder como a representação da figura feminina nos quadrinhos se dá e como o público feminino reage e se agrupa a fim de criticar o que consideram desrespeitoso. Para tanto analisou-se postagens do movimento de fãs “Iniciativa Hawkeye”, utilizando-se para tal o método de Análise de Discurso (OR, 2009). Foram analisados dois pares de imagens, cada um composto de uma imagem veiculada em um quadrinho comercial e uma paródia desse material feita por um fã. Através de tais análises, observou-se que, apesar dos ganhos sociais obtidos pela luta feminista, o gênero feminino sofre cada vez mais com uma ditadura da beleza de resultados devastadores e que os quadrinhos modernos, ao exibirem mulheres irreais, acentuando cinturas muito finas e bustos e quadris fartos podem vir a reforçar esses ideais de beleza dentre as jovens que os leem.

PALAVRAS-CHAVE: HQ's; Estereótipos de gênero; Feminismo; Ciberativismo; Sexismo.

1.Introdução

Se as representações existentes de um grupo dizem aos jovens participantes deles o que os mesmos podem e não podem vir a ser no futuro, (WOODWARD, 2002) ter uma representação feminina positiva nos quadrinhos se torna essencial para incentivar suas leitoras e diminuir preconceitos.

Essa preocupação se agrava com o crescimento da mídia aqui discutida (HQ) entre os jovens brasileiros devido ao sucesso de grandes franquias de filmes baseados em quadrinhos, como Vingadores, Thor, Capitão América e Homem de Aço. Segundo o Vice Presidente da distribuidora de quadrinhos Diamond, as vendas de 2013 haviam sido 35% maiores que 2009 e que o mesmo deveria ser alcançado em 2014. Ele acreditava que esse aumento fosse resultado exatamente do crescimento no número de filmes de super-heróis,

¹ Trabalho apresentado no DT XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017, baseado no Trabalho de Conclusão de Curso de mesmo nome apresentado em Janeiro/2017 na Universidade Federal Fluminense.

² Recém graduanda de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Federal Fluminense, email: feferodmene@hotmail.com

³ Professora orientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Comunicação Social da UFF, email: apbragaglia@yahoo.com.br.

séries e games que levaram o público a aceitar melhor esse tipo de estória e fez com que o mercado crescesse. (MIRANDA, 2014)

Surgem, assim algumas perguntas centrais: como a representação da figura feminina nos quadrinhos se deu com o passar dos anos e como o público feminino reage e se agrupa a fim de criticar o que consideram desrespeitoso? O presente trabalho busca, portanto, estudar a influência das fãs na lógica de representação feminina dos quadrinhos. Para tanto, irá analisar um movimento de fãs online, de grande repercussão entre o público de quadrinhos, a Iniciativa *Hawkeye*.

A *Hawkeye Initiative* ou, em tradução literal, a Iniciativa Gavião Arqueiro, data de 2012 e busca denunciar o quão hiperssexualizadas, contorcidas e deformadas são representadas as mulheres nos quadrinhos atuais. Para tal, pede-se que a fã ilustre um personagem masculino naquelas mesmas roupas e poses.

Esse movimento é um exemplo do ressurgimento do movimento feminista em sua atual vertente online que alcança escala global. Com o advento da Web 2.0, a internet abriu espaço para as interações sociais online. Mas mais que isso, abriu caminho para que vozes fossem ouvidas: se, até então, para entrar em contato com muitas pessoas ao mesmo tempo, a única opção seria a utilização de uma das mídias hegemônicas tradicionais, a internet traz consigo essa possibilidade, tornando viável que as feministas se encontrassem e organizassem no ciberespaço.

É através da internet que elas perceberam que mais que ocorrências isoladas tais experiências eram resultado do preconceito ainda vigente. Voltaram assim a se unir para lutar contra a desigualdade e criaram novas pautas para o movimento, como por exemplo, a reivindicação por mais representações femininas positivas nas mídias (DIEMINGER e OLIVEIRA, 2015), incluindo os quadrinhos.

2. Estereótipos

Para compreender a importância dessas reivindicações e de uma representação feminina mais positiva é necessário compreender o que são estereótipos, como os mesmos se propagam para então aprofundar-se buscando entender como seria possível, através de representações positivas, enfraquecê-los.

Estereótipos, do ponto de vista psicológico, podem ser definidos como formas de representação e/ou crenças generalizadoras socialmente construídas que atribuem comportamentos e características a um determinado grupo de pessoas ou a algum indivíduo com base na ideia que se tem do grupo ao qual o(s) sujeito(s) pertencem. Essas

crenças são passadas de uma geração para outra durante o processo de socialização, podendo também ser reforçadas ou alteradas pelos meios de comunicação. (FREIRE FILHO, 2004; MELO, 2004, p.251)

Ainda que estereótipos possam desempenhar a função de simplificar a compreensão do mundo ao nosso redor através da categorização da pluralidade, o uso de estereótipos, principalmente negativos (depreciativos) pode se mostrar extremamente danoso aos grupos estigmatizados, exatamente por servirem de base para o preconceito e a discriminação. (JABLONSKI, 2010)

Tais estereótipos negativos são direcionados, sobretudo, às minorias, que por sua vez poderiam ser definidas como “um conceito que abarca todo grupo social cujas perspectivas e vozes são marginalizadas pelas estruturas de poder e pelos sistemas de significação dominantes numa sociedade ou cultura”. (FREIRE FILHO, 2004, p.46 apud EDGAR & SEDGWICK, 2003, p. 213-214)

Cabe lembrar, no entanto, que preconceito e discriminação não são termos equivalentes. Enquanto preconceito pode ser descrito como uma atitude hostil ou negativa contra um determinado sujeito ou grupo com base em uma percepção estereotipada do mesmo, sem que isso necessariamente leve a atos hostis, a discriminação se refere exatamente a essa esfera do comportamento, fazendo com que aqueles que tem preconceito contra determinado grupo o tratem diferentemente, seja insultando-os ou os agredindo fisicamente. (JABLONSKI, 2010)

Isso posto, discriminação e preconceito não são os únicos efeitos possíveis dos estereótipos negativos. Existe a probabilidade, por exemplo, de que a própria minoria, em vez de se declarar “normal” e ignorar o julgamento dos grupos que a discriminam, introjete as crenças negativas sobre o seu grupo, levando-a não só à autodepreciação, vergonha e insegurança como a tentativas desesperadas para se enquadrar nos grupos que são considerados “normais”. (GOFFMAN, 1988)

Sendo o objeto de estudo desse artigo a representação feminina nos quadrinhos, é razoável estudar-se em particular os estereótipos ligados à imagem feminina, e os preconceitos machistas que ainda são mobilizados contra esse grupo.

Para Simone de Beauvoir (2009), sempre que dois grupos distintos se encontram, um deles busca a soberania, busca tornar-se o "Um" e por consequência, enquadra como o "Outro" imperfeito e não confiável aquele que domina. Segundo a autora, o gênero feminino sempre foi tido como o outro, como o homem incompleto e defeituoso, como

se algo lhe faltasse e fosse dominada por seus hormônios e por tudo aquilo que biologicamente lhe definia como mulher.

No entanto, segundo Naomi Wolf (1992), os preconceitos contra a mulher foram se modificando com o próprio desenvolvimento do feminismo, se afastando da ideia do sexo frágil. Se em 20 anos de luta o gênero feminino ganhou espaço no mundo profissional e acadêmico, provando erradas as crenças da divisão social de trabalho que o colocavam unicamente nos papéis de dona de casa e mãe, surge um novo modo de dominação que se baseia na ditadura da beleza.

Essa dominação não só influencia a forma como o mundo e a mídia vêem a mulher, mas também como ela mesma se vê. Esse pode ser um dos fatores do crescimento não só do consumo de cosméticos e de cirurgias estéticas, como também do número de mulheres que sofrem de distúrbios alimentares graves e baixa auto-estima.

As representações que os meios de comunicação apresentam do gênero feminino ajudam a reforçar o padrão de beleza. A mulher é, até mesmo nos dias de hoje, muitas vezes apresentada pela mídia (ou seria apreciada?) em pedaços – peito, coxa -, além de ser colocada como submissa e declarada como um ser de beleza eterna e sensual, por mais que se saiba que sua aparência jovial é efêmera. Obviamente, esse problema não é só da indústria cultural: o gênero feminino é ainda pouco recorrente na ocupação de altos cargos, mesmo que comprovadamente mais escolarizado do que o masculino, e o número de assédios e violência contra a mulher, por parte, até mesmo, de cônjuges, é assustadoramente alto. Aterrorizador também é, em breve busca na internet, encontrar comentários recorrentes que buscam culpar as vítimas, segundo o pretexto de “a roupa estava muito curta” seguido, muitas vezes, pelo termo “estava pedindo”. (MORENO, 2008)

Segundo Sérgio Gomes da Silva (2010) e Rachel Moreno (2008) são os preconceitos e a visão que se tem da mulher como um mero “objeto sexual” que servem como fonte de legitimação para inúmeros casos de discriminação inclusive de violência física, culminando até em feminicídio. Esses olhares compõem a chamada Cultura do Estupro.

Marilise Gomes (2014) define cultura do estupro não só como “a imposição de uma postura moralmente aceitável para as mulheres e a culpabilização das mesmas, caso sejam vítimas de violência, por deixarem de ter —cumprido alguma dessas imposições”,

mas como também como uma forma de constranger a mulher e manter a hierarquia de gênero na sociedade.

A violência contra a mulher no Brasil é uma realidade. Uma pesquisa do Fórum Brasileiro de Segurança Pública estima que devem ter ocorrido entre 129,9 mil e 454,6 mil estupros no País em 2015, ou seja, cinco pessoas por hora. Números exatos são difíceis de obter uma vez que apenas 35% das vítimas notificam esse tipo de violência. Outra pesquisa mostra ainda que um a cada três brasileiros (33% na média geral, 42% dos homens e 32% das mulheres) culpam a mulher, a vítima, pelo estupro e que 85% das mulheres brasileiras sentem medo de sofrer violência sexual. O site das Nações Unidas no Brasil traz também a informação de que ele é o país com a quinta maior taxa de feminicídios no mundo.(CARTA CAPITAL,2016; SOARES e ACAYABA, 2016, NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL, 2016)

Dessa forma, mudar representações nos quadrinhos e enfraquecer preconceitos não se torna apenas um meio de agradar leitoras dessa mídia, mas algo maior, uma forma de auxiliar a sociedade a mudar um pensamento e reduzir desigualdades. Ainda que se aceite que apenas os quadrinhos não conseguiriam mudar completamente o pensamento de um povo, eles, conjuntamente com outras mídias e ações, podem ajudar nessa mudança ao longo prazo. A mutabilidade das representações e a possibilidade de enfraquecimento das mesmas será estudado mais profundamente no próximo item de pesquisa dedicado à hegemonia, representação e mídia.

3. Mídia, Representação e Hegemonia

Como resgata João Freire Filho (2005, p. 18) em seu artigo “Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias”, o termo representação pode assumir diversos sentidos. Entre eles, tem-se, desde “apresentar de novo” até “estar no lugar de”, incluindo a concepção, discutida adiante de forma mais aprofundada, “dos variados sistemas significantes disponíveis (textos, imagens, sons) para ‘falar por’ ou ‘falar sobre’ categorias ou grupos sociais, no campo de batalha simbólico das artes e das indústrias da cultura.” (IDEM)

Moscovici (2007), por sua vez, delega às representações duas funções: 1) convencionar (classificar) pessoas e também objetos e acontecimentos (sendo o ato de convencionar pessoas o que mais interessa a esse nosso estudo); 2) prescrever, antecipar ideias em geral. A primeira função é alcançada quando o sujeito categoriza, classifica pessoas, fatos, ideias, incluindo dentro de grupos, fazendo tipificações que tendem a

apagar características individuais e unificar seus participantes, o que torna possível enquadrar o próprio estereótipo enquanto uma forma de representação. Já a segunda função é sua característica prescritiva, visto que as representações possuem uma força irresistível advinda do fato de nos serem pré-existentes e por isso estarmos sendo por elas afetados desde o nascimento.

Isso não quer dizer que toda representação seja hegemônica. Moscovici, (2007) afirma que representações contraditórias coexistem, sempre em atrito umas com as outras, cada qual buscando se firmar como a representação mais consolidada sobre determinado grupo.

Representação, para Freire Filho (2004, p. 45), pode ser entendida como grupos de significados usados também para falar sobre e por categorias/grupos de pessoas, participando, assim, de uma disputa de sentidos entre narrativas do que é e não é ser, por exemplo, mulher, homem ou negro.

Isso significa que as representações existentes de um grupo podem influenciar ativamente na construção das identidades dos participantes do mesmo. A identidade se torna assim uma construção híbrida: individual e socialmente construída.

Isso não quer dizer, todavia, que identidades e representações já estabelecidas não possam ser contestadas e modificadas. Pelo contrário, segundo Woodward (2000), conforme as representações mudam, antigas identidades são contestadas, e novas emergem em seu lugar. E é em torno dessa mudança e em busca dela que se organizam os grupos estigmatizados, minorias que muitas vezes se veem sem voz para contestar os estereótipos que pairam sobre seus grupos.

Douglas Kellner aborda o conceito e os cenários de hegemonia analisando o papel dos produtos e discursos da mídia na difusão da ideologia dominante (onde se incluem os estereótipos). Segundo o autor, existe mais de uma ideologia dominante, e esta serve para naturalizar e/ou inserir no senso comum crenças, sentimentos e afeições que são mobilizados por esses grupos ou por forças poderosas em luta de forma a relacioná-los a seus próprios interesses. (KELLNER, 2001)

Mas qual é o conceito de hegemonia, afinal e de que forma os conceitos de ideologia e representação recém abordados se ligam a ele? O termo hegemonia está sendo usado neste estudo no sentido de dominante, que tem a liderança, que dita orientações/normas e é obedecido. Como afirma Gramsci (1975, apud MORAES, 2010),

a hegemonia não é uma construção monolítica, no sentido de imutável, podendo ser reelaborada ao longo do tempo.

Para o autor, ideologia e representação são ferramentas para se alcançar e preservar a hegemonia, devendo ser utilizadas pelos grupos contra-hegemônicos para se tornarem hegemônicos. Nesse processo, Gramsci (1975, MORAES, 2010) defende uma revolução ideológica, segundo a qual a queda de uma classe dominante resultaria de sucessivas derrotas que ela sofreria no campo das representações ideológicas, no sentido de ideologia como proposto por Marx. Assim, grupos minoritários colocariam seus valores em pauta paulatinamente através de narrativas contra-hegemônicas e, uma vez obtida a hegemonia no plano ideológico, poderiam derrubar o que então era visto como dominante. (MORAES, 2010)

Isso significa que representações estereotípicas em geral comumente utilizadas podem ser rompidas através da difusão de narrativas midiáticas que contemplassem positivamente as minorias e que não vissem o modelo dominante como o único possível ou desejável, respeitando aqueles que não se incluem na classe hegemônica. Essa ideia tem seu respaldo em diversos estudos sobre o enfraquecimento (ou a diluição) dos estereótipos.

Assim, se uma comunicação contestatória pode servir para enfraquecer crenças socialmente disseminadas, como é o caso dos estereótipos, visões mais positivas de minorias podem ser reforçadas. (LEITE, 2014) Isso pode ser feito até mesmo através de quadrinhos, mídia selecionada como objeto deste estudo.

4. Nerds e imagem feminina nos HQ's

Cabe lembrar que os nerds são os maiores leitores de quadrinho e explicar porque a representação feminina no quadrinho é importante para esse público. Isso se dá porque esse grupo social tende a construir suas personalidades utilizando, com frequência, numerosos materiais culturais das mais diversas mídias (séries, filmes, livros, quadrinhos, mangás) com os quais se identificam. Observar representações positivas em produções pelas quais esses jovens (incluindo mulheres) são apaixonados pode vir a ser um grande incentivo pessoal e contribuir para a quebra de estereótipos, preconceito e discriminação.

O *nerd* atualmente é aquele que se mostra obcecado - ainda que prefira muitas vezes o termo apaixonado - por algum assunto, seja alguma produção cultural, como filmes, HQ's, jogos, ou gênero como a ficção científica ou somente tecnologia em geral.

Essa paixão é tão forte, que o *nerd* pesquisa, coleciona, escreve sobre e gera teorias sobre o funcionamento dessas produções. (MATOS, 2015)

Cabe também discutir que esse grupo é extremamente ativo na internet, não só consumindo, como também produzindo material. (MATOS, 2011) Esse foi o motivo pelo qual se optou por analisar um movimento online de fãs com base em cultura participativa como forma de crítica à representação feminina. Além de ser composta por material produzido pelo próprio público, o movimento possui uma grande possibilidade de impactar vários fãs que, a princípio, não participavam do protesto.

Quanto à representação feminina nos quadrinhos, temos como exemplo a Vampirella. Na passagem de 1969 para 1970, surge Vampirella como uma heroína feminina com sua própria revista, tendo sido relançada pela primeira vez em 1990 e de novo em 2015, o que nos permite ver como a aparência da mesma (não) mudou com as décadas. É interessante reparar como os exemplos da década de 1940 até os de 2015 refletem a ideia proposta por Wolf (1992) em seu livro *O Mito da Beleza*, segundo a qual a forma do preconceito contra a mulher muda com as conquistas que a mesma faz nos campos públicos da vida social. Se antes o discurso machista se pautava em uma suposta falta de habilidade da mulher, como se ela fosse incapaz de ser mais que esposa e mãe ou de ocupar cargos importantes, conforme o feminismo ganha forças e ela ocupa os mais variados cargos garantindo direitos civis e educacionais, o preconceito passa a tomar a forma da mais forte ditadura da beleza e hipersexualização até então vista em diversas sociedades. Do mesmo modo, Vampirella mesmo sendo uma heroína forte, segue sendo sexualizada e objetificada.

Figura 1- Vampirella – Década de 70, 90, 2015, 2016



Fonte: MyComicShop, S/DATA⁴

⁴ Disponível em: <https://www.mycomicshop.com/>

Mas em 2016, não só a Vampirella recebe um *redesign*, perdendo o seu decote e suas proporções irreais como surgem quadrinhos voltados para o público feminino, como Miss Marvel e Batgirl. Nesses novos quadrinhos, e em Vampirella, o corpo deixa de ser o foco e a anatomia parece ser menos distorcida. Mas porquê?

Porque segundo dados 46% dos leitores de quadrinho em 2013 eram mulheres e esse número de leitoras continuou aumentando. Se tornou assim, muito importante financeiramente, agradar esse público e dar a ele a representação que ele quer ver nas páginas dos quadrinhos. Ainda assim, persistem, em outros títulos a representação inadequada da mulher, e é por isso que as fãs se unem para reivindicar um tratamento mais positivo pelas personagens femininas pelas quais são apaixonadas.

Assim, surge em 2012 *Hawkeye Initiative* ou, em tradução literal, a Iniciativa Gavião Arqueiro, com a denúncia de que as personagens femininas são tratadas de forma diferente dos masculinos no que toca às roupas e poses. A ideia é pedir que a fã ilustre um personagem masculino naquelas roupas e poses até então delegadas às mulheres no quadrinho. É o chamado Teste *Hawkeye*, onde, se uma personagem feminina for substituída pelo Gavião Arqueiro ou outro herói do sexo masculino na mesma pose sem parecer ridículo ou idiota, então a pose é aceitável e provavelmente não é sexista. (HAWKEYE INITIATIVE, 2012)

O site de 2012 continua acessível até hoje para ilustrações feitas por fãs de qualquer nível técnico, contendo dos desenhos mais simples até àqueles que poderiam ter sido feitos por profissionais. Tal movimento continuará sendo analisado, aplicando-se, para tanto, as ferramentas teóricas da análise de discurso francesa para compreender o que as imagens das fãs buscam fazer ouvir.

5. Análise de discurso em HQ's contemporâneos

A análise do discurso lida com a produção de sentidos, buscando compreender como objetos simbólicos produzem sentido. Discurso, então, não precisa ser somente um texto escrito; uma imagem, por exemplo, também pode ser analisada através da análise de discurso. Os dizeres, ou no caso do presente trabalho também as imagens, produzem efeitos de sentido que variam com as condições de produção e com o interdiscurso. A Análise de Discurso trabalha com vestígios, marcas materiais do discurso que evidenciam seu contexto. (ORLANDI, 2009)

O interdiscurso, o já-dito, é o conjunto de todos os discursos já feitos em que frases anônimas dão significado as minhas palavras. Assim os sentidos vão se perpetuando, enquanto são repetidos (paráfrase) ou se modificando, se transformando em outros significados (polissemia). Cada palavra ou marca possui uma estória do seu significado e carrega essa estória em si, para que então possa se significar na fala de cada indivíduo. (ORLANDI, 2009)

Assim, para ter sentido, todo discurso reitera algo do já-dito, do histórico, e a esse processo se chama de paráfrase. No entanto, o discurso de fato criativo gera rupturas, equívocos, sai do esperado, do já realizado para o possível, e o que atua nesse caso é a polissemia. (ORLANDI, 2009)

Na análise de discurso, a ideologia funciona colocando o indivíduo como um sujeito de linguagem e lhe determinando sua posição discursiva, que, ainda que se baseie no lugar social do indivíduo (mãe, filho, professor, estudante) são intercambiáveis (o que significa que um filho pode assumir um discurso de mãe, se preocupando com que horas seu irmão chega em casa, por exemplo). Essa intercambialidade também se dá porque ocupamos diversos lugares sociais no dia a dia e transitamos por eles, sendo filhas, alunas, amigas e irmãs dependendo de com quem interagimos. (ORLANDI, 2009)

Dependendo da “posição sujeito” ocupada por um indivíduo num determinado momento, seu discurso se insere numa certa formação discursiva. Formações discursivas são regiões do interdiscurso, do já dito, onde se organiza o que uma pessoa numa determinada “posição sujeito” pode, deve ou não deve dizer e tais discursos pré-determinados são naturalizados pela ideologia. (ORLANDI, 2009)

Assim, analisam-se ao mesmo tempo o desenho original e a paródia da ilustração submetidas ao site da Iniciativa Hawkeye. Optou-se por examinar dois pares de imagens (a versão inicial estereotípica e a proposta contraestereotípica desenvolvida pelo movimento de fãs), uma vez que a análise de discurso defende que não é necessário uma amostragem exaustiva uma vez que cada exemplar de discurso torna possível acessar uma história mais longa da formação de sentidos. Dessa forma, a amostra de análise foi composta por quatro (4) objetos (quadrinhos). (ORLANDI, 2009)

Antes de começar a análise, é preciso ter em mente as condições de produção imediatas dessas postagens. Elas são feitas tendo como base um ideal feminista, partindo do princípio que as mulheres são sexualizadas nos quadrinhos, sendo representadas com roupas inadequadas, em alguns casos, em posições anatomicamente impossíveis, e um

físico irreal, havendo, portanto, uma diferença enorme entre como a mulher e o homem são representados por essa mídia. Portanto, o lugar de fala é o do movimento feminista e traz em si uma história de luta pelos direitos da mulher. (ORLANDI, 2009)

Figura 2- Super Moça – Imagem comercial



Fonte: Hawkeye Initiative, 2012⁵

A imagem acima é a primeira peça comercial a ser analisada, tendo sido publicada pela Editora DC em 2010 e traz consigo discursos tanto da formação discursiva da posição sujeito feminista quanto da machista. Ao passo que nega a ideia de mulher submissa e indefesa, que tem como seu lugar de direito unicamente na família e no lar, ela nega uma representação estereotípica que remonta as origens da mulher no quadrinho, onde primeiramente elas apareciam como recatadas e em segundo plano, nunca como heroínas, mas apenas como donzelas em perigo a serem salvas pelos heróis. Aqui, luta com os próprios punhos, usando roupa de super heroína, ocupando agora o lugar que era delegado apenas aos homens.

Essa imagem então poderia ser caracterizada como parte de uma época de empoderamento feminino, ou seja, a época (por volta dos anos 40-70) em que a mulher passa a se consolidar como fortes oponentes, heroínas respeitáveis, poderosas e ocupando um lugar social mais equivalente ao do homem, sendo suas parceiras na luta contra os vilões. (SHUTT, 2003) Todos esses pontos – sua força demonstrada pelo ato de dar um soco, seu lugar como heroína destacado por seu uniforme – se aproximam de uma ideia da formação discursiva feminista, se ligando a todos os discursos do “we can do it” e todos aqueles que buscam uma equidade entre o lugar social feminino e masculino.

⁵ Disponível em: <http://thehawkeyeinitiative.com/post/37395510871/ramonvillalobos-so-heres-the-thing-im-more>

Ao mesmo tempo, a heroína é desenhada para ser contemplada por olhos masculinos. Seios fartos demais, roupa cavada, pernas descobertas, e um recorte no uniforme logo acima dos seios. É uma visão idealizada da beleza que se ampara na ditadura da beleza atual como nova forma de dominação da mulher. (WOLF, 1992) Se agora ela segue empoderada, como pessoa capaz, forte e hábil, se exige da mulher a manutenção de um corpo impossível de se obter. Dessa forma, a representação, até então contraestereotípica, sofre um deslize e começa a se apoiar em noções e regras da formação discursiva machista, ou seja, se ligando a discursos machistas que determinam como a mulher deve buscar aparentar: seios fartos, cinturas finas, sempre jovem e sensual.

Ao refazer o desenho, como se pode ver na imagem abaixo, o autor da imagem sai do lugar de paráfrase dos quadrinhos, onde a representação imagética feminina é refeita seguindo, inúmeras vezes, os mesmos parâmetros e destaca as nuances dessas representações ao deslizar o sentido se aproximando da polissemia. Assim, ao mostrar um homem sendo tratado como uma mulher, causa-se um estranhamento e gera um sentido de absurdo onde antes muitos não sentiam desconforto algum. Isso se dá porque a ideologia já naturalizou a imagem feminina tal como representada nas produções de massa.

Figura 3- Gavião Arqueiro – Ilustração feita pela (o) fã



Fonte: Hawkeye Initiative, 2012⁶

Quando se transporta as mesmas características femininas erotizadas – pernas nuas, pose acentuando a cintura fina, tórax à mostra – para uma imagem masculina, e o estranhamento se estabelece, prova-se que homens e mulheres não são tratados da mesma forma nos quadrinhos e que seus lugares não são intercambiáveis mesmo após heroínas

⁶ IDEM.

terem alcançado seu lugar de direito nas equipes que lutam contra o mal. Ou seja, mediante o estranhamento com uma erotização masculina forjada, nota-se o quanto a erotização das heroínas é algo peculiar às representações femininas, as quais assim são por estarem amarradas a uma visão estereotipada, que objetifica a mulher.

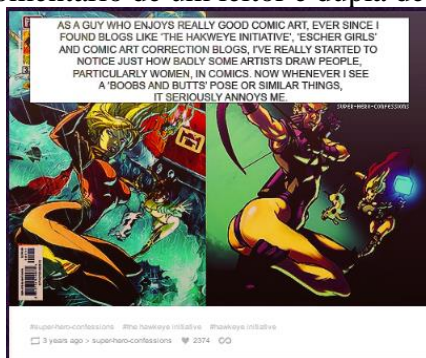
Ao mesmo tempo, traz à tona o discurso contrário a esse tratamento dispensado a mulher, em voga na internet, e traz consigo a história de outras campanhas de fãs que vão contra a representação feminina inadequada e irreal nos produtos de massa.

Portanto, fica como resultado final esse comentário de um leitor do sexo masculino de como a iniciativa mudou como ele via a representação feminina nos quadrinhos.

Abaixo, o comentário do leitor e a imagem que o ilustra:

Como um homem que realmente aprecia uma boa arte de quadrinho, desde que eu encontrei blogs como “Iniciativa Hawkeye”, “Escher Girls” e blogs de correção de arte de quadrinhos, eu realmente comecei a reparar em quão mal alguns artistas desenharam pessoas, particularmente mulheres, nos quadrinhos. Agora toda vez que eu vejo uma pose que enquadra “peitos e bundas” ou algo do tipo, isso realmente me incomoda.

Figura 5 – Comentário de um leitor e dupla de imagens final



Fonte: Hawkeye Initiative, 2013⁷

A imagem (originalmente publicada em 2012, vide abaixo) reforça o que é reclamado no comentário, aquela mesma pose que enquadra “peito e bunda”, o corpo retorcido e magro demais. Características que uma vez transportadas para um personagem masculino evidenciam o “quão mal alguns artistas desenharam pessoas”. Assim nota-se como o discurso da representação feminina se encontra num lugar de paráfrase nos quadrinhos atuais: as mesmas poses e exageros anatômicos se repetem exaustivamente, e ainda que sempre haja uma repetição em qualquer discurso para que o mesmo possa fazer sentido, a repetição pode ser usada como base para um deslizamento, ou seja, para uma

⁷ <http://thehawkeyeinitiative.com/post/65039152712>

mudança no sentido. Mas não parece haver no mercado grandes deslizamentos no sentido, ou seja, mudanças na forma de lidar com a representação, ficando-se, quase sempre, no terreno da mulher vista enquanto objeto sexual.

Considerações finais

Levando em conta o quanto a mídia pode influenciar o fortalecimento ou o enfraquecimento de estereótipos e como estereótipos negativos podem levar à violência contra grupos minoritários ou a problemas de autoestima para os integrantes desses grupos, se torna essencial encontrar uma nova forma mais positiva de se lidar com as representações das minorias.

Atualmente, mesmo com os ganhos sociais obtidos pela luta feminista, o gênero feminino sofre com a ditadura da beleza, fazendo com que mulheres sejam acometidas por doenças como anorexia e bulimia. Assim, quadrinhos modernos, ao exibir mulheres irreais, com cinturas muito finas e bustos e quadris acentuados podem vir a reforçar esses ideais de beleza entre as jovens que os leem.

A luta das fãs pela representação adequada das personagens femininas se torna assim extremamente necessária para provar que é possível criar super-heroínas que não sejam hipersexualizadas, ao passo que heroínas como Vampirella, Batgirl e Capitã Marvel ganham roupas menos reveladoras e corpos mais naturais sem deixarem de ser representadas como poderosas. No entanto, a ideia de que esses quadrinhos sejam voltados apenas para um público feminino deve ser negada. Essa deve se tornar uma concepção geral da indústria, uma vez que são estereótipos como esse, da mulher enquanto mero objeto sexual que podem vir a justificar todo tipo de comportamento inadequado dos homens para com o sexo feminino, desde um flerte inadequado, chegando até mesmo, ao estupro e à violência sexual.

Referências bibliográficas

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Nova Fronteira, 2009.

CARTA CAPITAL. **No Brasil, um estupro a cada 11 minutos**, 03/11/2016. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/no-brasil-um-estupro-a-cada-11minutos>>. Acesso em: 1 de janeiro de 2017

DIEMINGER, Carlise Clerici; OLIVEIRA, Rafael Santos de. **Protagonismo ascendente: O ativismo online nas lutas feministas**. *Derecho y Cambio Social*, v. 12, n. 39, p. 25, 2015.

FREIRE FILHO, João. Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, v. 1, n. 28, 2006.

FREIRE FILHO, João. Mídia, estereótipo e representação das minorias. *Eco pós*, v. 7, n. 2, p. 45-65, 2004.

GOFFMAN, Erving. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. 1988.

GOMES, Marilise mortágua. **“As genis do século XXI”: Análise de casos de pornografia de vingança através das redes sociais**, 2014.

HAWKEYE INITIATIVE. 2012 – Presente. Disponível em: <[http://thehawkeyeinitiative .com/](http://thehawkeyeinitiative.com/)> Acesso em: 20 de Agosto de 2016

JABLONSKI, Bernardo(et all). Preconceito, estereótipos e discriminação. In: **Psicologia social**. 2010, p.135-161

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno eo pós-moderno**. Edusc, 2001.

LEITE, Francisco.Publicidade contraintuitiva.In: _____. **Publicidade contraintuitiva: inovação no uso de estereótipos na comunicação**. Curitiba: Appris, 2014.

MATOS, Patrícia. Consumo, curadoria e a construção de mapas de importância na cultura nerd. **Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio**, 2013.

MATOS, Patrícia. **O nerd virou cool: identidade, consumo midiático e capital simbólico em uma cultura juvenil em ascensão**. Disponível em: <[http://www.intercom .org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-1149-1.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-1149-1.pdf)>. Acesso em: 22 abril 2015.

MELO, Gislane Ferreira de; GIAVONI, Adriana; TRÓCCOLI, Bartholomeu Torres. Estereótipos de gênero aplicados a mulheres atletas. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 20, n. 3, p. 251-256, 2004.

MIRANDA, André. **Revistas de super-heróis batem recordes no mercado americano**. O Globo online. 29/10/2014, Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/revistas-de-super-herois-batem-recordes-no-mercado-americano-14387689#ixzz4UozpKjmC>> Acesso em: 04 de Janeiro de 2017

MORAES, Denis de. Gramsci e as mutações do visível. In: _____.(org). **Mutações do visível: da comunicação de massa à comunicação em rede**. Rio de Janeiro: Pão e Rosas, 2010.

MORENO, Rachel. **A beleza impossível: mulher, mídia e consumo**. Editora Ágora, 2008.

MOSCOVICI, Serge. Representações sociais: investigações em psicologia social. In: **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Vozes, 2007

NAÇÕES UNIDAS DO BRASIL. ONU: **Taxa de feminicídios no Brasil é quinta maior do mundo; diretrizes nacionais buscam solução**, 12/04/2016. Disponível em:<<https://nacoesunidas.org/onu-femicidio-brasil-quinto-maior-mundo-diretrizes-nacionais-buscam-solucao/>> Acesso em: 1 de Janeiro de 2017

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Pontes, 2009.

RIBAS, Raíra EB; CALEIRO, **Maurício de M. Padrões estéticos e globalização: a sociedade pós-moderna frente à ditadura da beleza**, 2012. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1567-1.pdf> >. Acesso em 30 de Outubro de 2016

SHUTT, Craig. **Baby Boomer Comics: The Wild, Wacky**. 2003.

SILVA, Sergio Gomes da. Preconceito e discriminação: as bases da violência contra a mulher. **Psicologia: ciência e profissão**, v. 30, n. 3, 2010.

SOARES, Will e ACAYABA, Cíntia. **Um em cada 3 brasileiros culpa mulher em casos de estupro, diz Datafolha**. G1. 21/09/2016. Disponível em:< <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2016/09/um-em-cada-3-brasileiros-culpa-vitima-em-casos-de-estupro-dizdatafolha.html>> Acesso em: 2 de Janeiro de 2017

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**. Rocco, 1992.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença: a perspectivados estudos culturais**, p. 7-72. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.