



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO PAULO

ESCOLA PAULISTA POLÍTICA, ECONOMIA E NEGÓCIOS- EPPEN

Curso de Relações Internacionais

CAMILA MARTINS ELIAS

**A profusão de estereótipos da luta feminista transnacional pelos filmes
“Mulher-Maravilha” para o cinema.**

Trabalho de conclusão de curso entregue no formato de artigo, conforme definido pelo Projeto Pedagógico do Curso do Curso de Relações Internacionais e em cumprimento das DCNs do curso de Relações Internacionais (MEC/CNE)

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Medina Zagni

Osasco
2023

RESUMO

A abordagem empreendida neste trabalho é a de que ao estudarmos a história e as teorias da luta feminista transnacional, e, no geral, a História das Relações Internacionais, precisamos levar em consideração que estas são intersectadas pela História da Cultura. É importante considerar que estruturas da cultura fazem parte de estratégias políticas e são concebidas também como bens de consumo de massa, desta forma passando a circular em mercados econômicos e também compor processos históricos. A pesquisa tem como objetivo analisar como a figura da icônica personagem “Mulher-Maravilha” para o cinema passou a ser um instrumento de propagação de estereótipo da luta feminista, buscando entender como ocorre o esvaziamento de pautas complexas do movimento para a elaboração de bens culturais de consumo de massa. Inicialmente serão utilizados referenciais da luta feminina transnacional para apresentar as teorias e pautas do movimento, e posteriormente através de análise filmica será abordada essa temática dentro dos filmes da heroína.

Palavras-chave:

Luta Feminista; Estereotipação; Representações Simbólicas; Mulher-Maravilha; Indústria Cultural

ABSTRACT

The approach taken in this work is that when studying the history and theories of the transnational feminist, and, in general, the History of International Relations, we need to take into account that these are intersected by the History of Culture. It is important to consider that cultural structures are part of political strategies and are also conceived as mass consumption goods, thus beginning to circulate in economic markets and also compose historical processes. The research aims to analyze how the figure of the iconic character "Wonder Woman" for the cinema became an instrument for propagating the stereotype of the feminist, seeking to understand how the emptying of complex agendas of the movement for the elaboration of cultural goods occurs of mass consumption. Initially, we gonna use references of the transnational feminist to present the theories and guidelines of the movement, and later, through film analysis, this theme will be addressed within the heroine's films.

Key-words:

Feminism; Stereotyping; Symbolic Representations; Wonder Woman; Cultural Industry

INTRODUÇÃO

A figura da Mulher-Maravilha foi um grande marco para a história dos quadrinhos, uma vez que a criação de uma heroína na década de 1940 representava a quebra de um padrão de haver somente homens como heróis. A amazona Diana inspirou inicialmente muitas meninas nos Estados Unidos, porém posteriormente virou um fenômeno e ganhou visibilidade no mundo todo, sendo considerada uma das maiores referências no mundo fictício dos heróis, trazendo sua fama e sucesso até os dias atuais. Mulher-Maravilha (em inglês, Wonder Woman) é uma personagem fictícia de histórias em quadrinhos publicadas pela primeira vez em 1941 nos Estados Unidos. Em uma história que relaciona o universo fictício da DC Comics com a mitologia Grega, Diana é princesa guerreira das amazonas que vivem na Ilha Paraíso, também conhecida como Themyscira, uma ilha habitada somente por mulheres. Na história, Diana foi criada a partir do barro com a bênçãos dos deuses, que a deram seus super poderes e laço da verdade para ajudar a propagar a paz no “Mundo dos Homens”, defendendo a verdade, justiça e a vida¹.

Anos depois de seu lançamento nas HQs, a franquia Mulher-Maravilha ganhou o ambiente televisivo, como por exemplo na série norte-americana “Wonder Woman”, produzida entre 1975 e 1979 e o desenho animado “Justice League”. Posteriormente a heroína ganhou espaço no Cinema, no qual se utilizou de técnicas do sistema capitalista para a produção em massa de bens artísticos. A franquia da DC Comics lançou seis filmes live-action envolvendo a personagem, sendo 2 destes com o enredo direcionado e focado para a história da princesa Diana, o primeiro lançado em 2017² e o segundo em 2020.³

A heroína é constantemente tomada como símbolo de empoderamento feminino, ou seja, a forma como aparece uma estética do empoderamento faz com que se desenvolva uma reflexão de que este símbolo seja tratado como a própria estética. A partir deste ponto que se estabelece a chave para esvaziamento cognitivo do feminismo preterido por uma estética feminista, ou seja a estética esvaziada de conteúdo. A figura da heroína também implica na problematização da criação da personagem em termos de estereotipação de pautas da luta feminista, tendo algumas ignoradas em algumas partes dos conteúdos e outras

¹ GREENBERGER, Robert. Mulher-Maravilha: amazona, heroína, ícone. Rio de Janeiro: Leya.2017

² MULHER MARAVILHA. Direção: Patty Jenkins. Produção: Charles Roven, Deborah Snyder, Zack Snyder, Richard Suckle. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 2017.

³ MULHER MARAVILHA 1984. Direção: Charles Roven, Deborah Snyder, Zack Snyder, Patty Jenkins Gal Gadot. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 2020.

deformada para que se encaixem na lógica de consumo de massa, se tratando de um esvaziamento de conteúdos cognitivos pela adoção de uma estética feminista. Devido a este processo, a personagem acaba sendo o próprio estereótipo e a propagação dele, uma vez que ela não é somente um símbolo, também é uma marca comercial muito expressiva.

A partir do momento em que a personagem Mulher-Maravilha ganhou mais potencial comercial é importante entender como a franquia foi abordada no espaço negocial para que o Capital⁴ concedesse seu ingresso na esfera de um bem de consumo de massa, ou seja, a heroína passa a ser assim um suporte representacional com propósito de venda de bens culturais. Dito isto, tem-se como norte do trabalho o questionamento de como a indústria cultural esvazia e enfraquece as pautas da luta feminista transnacional através dos filmes da Mulher-Maravilha e “embala” este conteúdo de forma financeiramente lucrativa e vantajosa em termos de reforço de um status quo patriarcal no qual nos encontramos atualmente.

Em um primeiro momento da análise é necessário recapturar o espectro do movimento feminista, movimento este que desde de sua criação, busca pela equidade de direitos civis das mulheres, tais como igualdade social, jurídica e política, como apresenta, por exemplo Heloisa de Hollanda (2019) em “Pensamento Feminista: Conceitos Fundamentais.”. Embora as pautas do movimento tenham se adaptado ao longo dos anos ao que se chamou de “Ondas Feministas”, as quais serão abordadas mais detalhadamente no decorrer do trabalho, ainda há nos dias atuais uma luta constante no combate de violências estruturais contra as mulheres. Infelizmente ainda é muito comum para mulheres ver e vivenciar esses atos de violência, seja por condutas machistas e sexistas ou até a imposição de padrões estéticos que não abrangem a diversidade feminina mundo afora. Portanto, sabendo dessas condutas enraizadas socialmente e suas diversas formas de manifestações, este trabalho tem como proposta o entendimento de um dos fenômenos que contribui para o fortalecimento dessas violências cotidiana contra as mulheres e o enfraquecimento de pautas tão complexas e importantes para o movimento feminista, a propagação de estereótipos através dos filmes, neste caso, mais especificamente, os filmes da franquia da Mulher-Maravilha.

Como dito anteriormente, a franquia transcendeu a época de seu lançamento nos quadrinhos e mantém seu sucesso até hoje e de forma global, principalmente através dos seus

⁴ Este é um conceito apresentado por Marx em seu livro “O Capital”, porém ele também é abordado em outras obras de diversos autores. Em seu livro, Marx analisa as relações econômicas, especificamente o capitalismo, avaliando todos os aspectos do modo de produção e criticando a econômica política. O Capital é apresentado como uma força social que mobiliza diversos aspectos produtivos na sociedade para o crescimento e fortalecimento do sistema econômico vigente, no caso, o capitalismo.

filmes para o Cinema. A personagem foi criada no contexto de uma das primeiras ondas do movimento feminista transnacional, desta forma, este fenômeno deu a heroína uma oportunidade de se tornar um símbolo de empoderamento e visibilidade para as pautas propostas pelo movimento. Porém, ao analisar esta franquia de tanto sucesso, percebe-se que esta se transformou ao longo dos anos para entregar conteúdos mais adaptados àquela respectiva geração, como por exemplo a adaptação das HQs para o cinema. Ao pensar nesse processo de globalização dos conteúdos da amazona Diana, devemos pensar também em como ele afeta não só os materiais consumidos comercialmente pelo público, mas também em como ele contribui para reforçar a estrutura patriarcal dominante que rege as violências cotidianas contra as mulheres. Desta forma, os problemas enfrentados pelo feminismo, e que dão razão à sua própria existência, são tratados como problemas de fundo moral, proveniente de princípios corrompidos, que são as morais machistas, ou seja, implicam em sintetizar o debate a escolhas ético morais, e não problema estruturais de diversos meios sociais.

Com a popularidade da personagem, há diversos estudos, como o de Robert Greenberg (2017) em “Mulher-Maravilha: amazona, heroína, ícone” e de Luana Gava (2015) em “Mulher-Maravilha ao longo da história: ícone de empoderamento questionável”, que relacionam a personagem com o movimento feminista. O primeiro, por exemplo, aborda esta relação de forma positiva, tendo a heroína como representação empoderada e o reforço das suas características mais fortes, já o outra perspectiva problematiza o quanto a personagem não se adequa a uma representação feminina na perspectiva feminista. Quando analisamos esse fenômeno que ocorreu com os filmes da Mulher-Maravilha, estamos pensando em algo que se repete frequentemente com diversos outros conteúdos consumidos ao redor do mundo, por isso, muitos autores propõem estudos mais voltado para o fenômeno consequente da Indústria Cultural e das representações sociais enfraquecidas nos filmes de diversas franquias.

Neste trabalho serão abordadas as perspectivas teóricas que já são realizadas, como exemplificado acima, porém com uma visão mais enfática na conexão entre elas, e não em uma análise apartada dos temas. A proposta consiste em estudar o processo de esvaziamento das pautas feministas presentes nos filmes da Mulher-Maravilha, ou seja, diferentemente dos demais autores que sinalizam somente as pautas afetadas pelo processo ou o processo em si, aqui o objetivo consiste em justamente analisar esse fenômeno e suas consequências para posteriormente levar essa análise para os elementos simbólicos presentes nos conteúdos cinematográficos da franquia.

Este trabalho tem como fontes centrais os filmes da franquia “Mulher-Maravilha”, os quais serão abordados por meio da metodologia de análise fílmica,

especificamente no campo de história e cinema. Para complementar este estudo, será realizada inicialmente uma análise dos referenciais teóricos mais importantes para o tema por meio de Pesquisa Descritiva e Explicativa de referências bibliográficas.

Inicialmente serão apresentados e relacionados os conceitos chave dos referenciais, e, posteriormente, será realizada uma análise para entender como esses conceitos se aplicam ao fenômeno social de esvaziamento e lucratividade sobre movimentos sociais, neste caso, especificamente, o movimento feminista. Portanto, inicialmente, tem-se pesquisa centrada no entendimento das teorias feministas, suas pautas e história, focando principalmente na definição do conceito de patriarcado nos textos “O Segundo Sexo”, de Simone de Beauvoir (1980), e “O patriarcado do salário: Notas sobre Marx, gênero e feminismo” de Silvia Federici.

Em seguida tem-se a bibliografia voltada para os conceitos de Estereótipo e Indústria Cultural com as abordagens de Adorno e Horkheimer em “A Indústria Cultural” (1987). Nesta etapa é proposto o entendimento dos conceitos separadamente, e, posteriormente, de como ocorre o processo de “embalagem” das pautas de movimentos sociais de forma vantajosa para o Capital, ou seja, como é o processo de estereotipação para o fim lucratividade sobre bens culturais. Além disso, nesta seção também será apresentada uma análise sobre o papel do herói, com os textos de Joseph Campbell (2005).

Por fim, tem-se a análise filmica dos aspectos e elementos dos filmes da franquia “Mulher-Maravilha” através da metodologia de análise filmica com foco no conceito de Representações Simbólicas, presentes na obra de Pierre Bourdieu (1970) “A economia das trocas simbólicas”. Junto a esta etapa do trabalho está presente também a bibliografia para entender os traços comportamentais e a violência estrutural intrínseca e nas entrelinhas dos filmes, por exemplo, frases machistas e condutas sexistas, como explicado em “A estética do filme”, de Jacques Aumont e “Cinema-História: teoria e representações sociais no cinema.” de José D’Assunção Barros e Jorge Nóvoa (2008).

Realizada a apresentação das pautas feministas, dos conceitos chaves que fundamentam o estudo teórico do trabalho, e a identificação dos principais elementos e aspectos na metodologia de análise filmica, será realizada a etapa de análise direta dos filmes da franquia “Mulher-Maravilha”. Nesta etapa serão analisados os dois últimos filmes lançados, sendo o primeiro intitulado “Mulher- Maravilha”, lançado em 2017, e o segundo “Mulher-Maravilha 1984”, lançado em 2020. Para a análise dos filmes, os elementos teóricos abordados no trabalho serão mobilizados conjuntamente para buscar uma coerência que se apresenta em ambas as produções.

1. LUTA FEMINISTA TRANSNACIONAL

1.1. A história do movimento

Quando pensamos na palavra "feminismo", temos sua primeira utilização sendo "féminisme", feita em 1837 pelo filósofo Charles Fourier em 1837⁵ na França. Apesar do termo ter sido apresentado pela primeira vez em 1837, não existe um ano exato para o início o movimento feminista transnacional, uma vez que ele não se consolidou de forma uniforme em todas as regiões do mundo. As particularidades de cada país e seus cenários históricos e culturais fizeram com que as lutas feministas pudessem ser abordadas de formas mais personalizadas para seus respectivos contextos e realidades, por exemplo, estudar o feminismo no Oriente Médio é diferente de estudar este mesmo fenômeno na América Latina, mesmo que seja analisado o mesmo período histórico. Existem várias vertentes feministas vindas dos diferentes objetivos e níveis de desigualdade ao redor do mundo, mas a ideia comum e o pilar central que caracterizam estas lutas consistem no entendimento por parte das mulheres de que diversos aspectos da sua vida são regidos pela existência de uma estrutura patriarcal⁶, sendo assim é necessário articular as diversas lutas do movimento para a diminuição dessa submissão feminina à essa estrutura e seus mecanismos, conquistando assim a igualdade social, econômica e legal entre os sexos.⁷ Para melhor agrupar os tipos de pautas e teorias feministas ao longo da história, foram analisadas os catalisadores dos períodos em que ocorreram grandes mobilizações históricas do movimento, criando assim etapas que foram chamadas de "Ondas Feministas"⁸. Neste capítulo busca-se explorar mais o contexto que levou a essas grandes mobilizações, além de ser considerada a visão teórica de que houve três Ondas da luta feminista.

É importante citar que, quando observamos de maneira mais geral as reivindicações do movimento feminista transnacional, principalmente sob o espectro europeu e dos Estados

⁵ MARGAN, Lucy; et al. O livro do Feminismo. Tradução Ana Rodriguez. Rio de Janeiro, 1ª ed. Globo Livros, 2019, p. 14

⁶ O Patriarcado pode ser compreendido como uma organização social que tem como principal característica a dominação masculina em vários âmbitos na sociedade, sejam em níveis políticos, econômicos, sociais ou familiares. Este conceito consiste em uma valorização do poder masculino sobre as mulheres, e este fenômeno ocorre devido a ideias e práticas que atribuem à figura feminina um valor e significado inferior do que à figura masculina (MILLET, 1969, p. 58)

⁷ HOLLANDA, Heloisa Buarque de. Pensamento Feminista: Conceitos Fundamentais. 1ª ed. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

⁸ Essa expressão foi utilizada pela primeira vez pela jornalista feminista Martha Wrinman Lear, em 1968 em um artigo para o jornal The New York Times chamado "A Segunda Onda Feminista", que tratava de uma possível segunda grande mobilização feminina que se iniciava na época. Posteriormente a escritora feminista Rebecca Walker publicou um ensaio chamado "Tornando-se a Terceira Onda", e a partir deste momento consolidou-se a metáfora de nomear assim os blocos históricos e teóricos do movimento feminista. (ZIRBEL, 202, p. 10)

Unidos do século XIX até meados da década de 80, tem-se maior visibilidade de problemas enfrentados por um grupo específico de mulheres dessas regiões, o gerou uma predominância de algumas pautas específicas dentro do movimento neste período. Esse grupo consistia principalmente em mulheres brancas, de classe média, heterossexuais e com acesso a educação, criando-se assim uma falsa ideia de que as primeiras Ondas do movimento feminista se resumiram às pautas pontuais destes grupos (MONOLY E NELSON, 2017, p. 7). Desta forma, grande parte das abordagens históricas consideram a pauta inaugural da luta feminista na primeira Onda sendo a busca pelo direito feminino ao voto, conhecido como sufrágio, que se iniciou em Londres no entre o fim do século XIX e começo do século XX, o que pouco enfatizada a diversidade representativa de nacionalidades, classes, gerações, orientações sexuais, e particularidades culturais dos grupos que compõem a luta feminista transnacional. Neste período houve sim o maior contato das mulheres com a política, o que representou um marco para o movimento, porém essa não foi a única luta e pauta que ocorreram no início do movimento (BURKE, 2001, p. 64-66).

A primeira Onda Feminista tem uma abrangência temporal maior devido a dificuldade de mensurar uma data específica para a construção deste fenômeno transnacional. Autores como Ilze Zirbel (2021) e Lucy Margan (2019) acreditam que o início do movimento feminista se passou nas últimas décadas do século XIX, principalmente nos Estados Unidos e na Europa, embora sua fomentação seja bem anterior a este período, e se estendeu até meados de 1920⁹. Zirbel (2021) argumenta que na Europa, por exemplo, a insatisfação feminina sobre a sua posição na sociedade e a sua falta de autonomia sobre a própria vida já vinha sendo alimentado a muito tempo, e foi ganhando forças desde a Revolução Francesa, que trouxe os princípios de liberdade, igualdade e fraternidade, porém sem abranger as mulheres nessa perspectiva. O ponto chave para a eclosão da grande massa de mobilizações nesta primeira Onda foi o questionamento das mulheres sobre terem suas vidas regidas por crenças religiosas, filosóficas, científicas e sociais de que elas deveriam se conformar com a submissão e exclusão dos seus direitos de exercer a sua opinião em diversos ambientes, e aquele era o momento de lutar contra as injustiças e buscar melhores condições de vida (BEAUVOIR, 1980, p. 8).

A Segunda Onda começa a ganhar forma, inicialmente na década de 20, na Europa e nos Estados Unidos, e ganha mais força próximo ao período da Segunda Guerra Mundial, uma vez que milhares de mulheres viram-se obrigadas a arcar e consertar a gigante

⁹MARGAN, Lucy; et al. O livro do Feminismo. Tradução Ana Rodriguez. Rio de Janeiro, 1^oed. Globo Livros, 2019, p. 15

devastação e problemas que a guerra havia trazido para seus países. A partir deste cenário devastador, as mulheres começam a se inserir mais fortemente no mercado de trabalho, para suprir a ausência de mão de obra, e, com isso fortaleceu-se a percepção de que o que foi conquistado como direitos na primeira Onda europeia e estadunidense não estava se aplicando ao seu cenário cotidiano, e nem à sua nova realidade (ZIRBEL, 2021, p. 12). Entretanto, também nos primeiros anos após a Segunda Guerra também houve o início um forte movimento teórico feminino, para questionar e desconstruir o papel da mulher como objeto criado para “o lar”, propondo reflexões estruturadas de como funcionava a estrutura de poder que oprimia as mulheres de exercer seus potenciais como ser social, como por exemplo, nos livros da teórica francesa Simone de Beauvoir, publicados entre 1943 e 1967 e a estadunidense Betty Goldstein, com suas obras publicadas entre 1963 e 1983. Neste momento, houve uma articulação global do feminismo pelo mundo, através de movimentos sociais, trazendo uma nova ideia de mulher reflexiva, a qual busca e luta por seus direitos e valores que antes eram negados por um modelo tradicional de ideias machistas (SARDENBERG, 2018, p.23).

Passado esse período de reivindicações para condições de vida básicas da mulher nas duas primeiras Ondas do movimento, sendo a segunda mais globalizada, tem-se um fenômeno de reformulação das demandas feministas que se iniciou entre os anos de 1980 e 1990, principalmente nos Estados Unidos, agora mais voltadas para questões internas e direitos específicos dos grupos de mulheres sobre suas próprias concepções e desafios, como por exemplo e o movimento negro, movimentos homossexuais, dentre outros. Neste cenário, as mulheres já haviam alcançado a liberdade de expressão, o direito a voto, a possibilidade de se engajar politicamente, podendo assumir assim cargos elevados em todas as esferas, além de poder trabalhar ativamente em diversos cargos e funções, além disso dos direitos sobre o seu próprio corpo e sua sexualidade (SILVA, CARMO e RAMOS, 2021, p. 112). As novas pautas trazidas tinham o caráter mais identitário, uma vez que essas lutas estavam sim inseridas ao longo das Ondas feministas, porém foram minimizadas pelas pautas que ganharam mais destaque devido ao grupos majoritários da época, ou seja, não era um feminismo inclusivo para a diversidade de pautas que existiam. Neste novo momento, essas questões identitárias deixam de pertencer a pequenos grupos isolados dentro do movimento e começam a ganhar força como lutas reivindicatórias robustas (ZIRBEL, 2021, p. 22).

Há um questionamento se existe uma quarta Onda ou se ainda vemos uma extensão da terceira Onda, uma vez que, devido a globalização da pauta e seu maior embasamento teórico e crítico, boa parte desta luta ganhou espaço para discussão no ambiente digital, tendo as

redes sociais como importantes ferramentas de propagação das pautas e do movimento em si. Ainda hoje existem muitas questões remanescentes desta pauta identitária, mas também são enfrentados novos problemas que acompanham a formação e o desenvolvimento particular de cada país e sociedade, ou seja, cada vez mais surgem debates acerca de problemas modernos que envolvem violências diárias e cotidianas contra as mulheres que estão enraizadas nas sociedades contemporâneas.

1.2. As Teorias e pautas Feministas

Entendida a cronologia e importância do movimento feminista e de suas reivindicações, tem-se agora uma análise mais voltada para as teorias e pautas do movimento, com maior ênfase nas questões que surgiram a partir do século XX, com um forte engajamento feminino no ambiente acadêmico, tendo como pioneiros os Estados Unidos e a Europa. O cenário político-social a partir do século XX foi marcado por mudanças consideráveis da condição social da mulher e suas posturas, então o contexto social da época necessitava de novas abordagens mais voltadas para essas novas perspectivas. Portanto, a partir desta época surgem temas e debates mais voltados para a exclusão social das mulheres nos âmbitos de gênero, idade, raça ou religião. Aqui serão apresentadas duas autoras muito importantes para o movimento, que contribuem justamente com esses novos questionamentos acerca da nova configuração do papel da mulher na sociedade, sendo estas autoras Simone de Beauvoir¹⁰ e Silvia Federici¹¹.

Ambas as autoras tratam do papel da mulher, porém sob abordagens um pouco diferentes. Enquanto Beauvoir (1980) analisa mais diretamente os fatores estruturais ao longo da vida da mulher que a fazem ser uma figura submissa e frágil para a sociedade, Federici (2021) questiona a ausência de defesa das pautas femininas nos textos de Marx e como a luta proletária excluía o importante papel da mulher como fomentadora e auxiliar da manutenção do Capital. Ambas as autoras desconstruem a ideia de inferioridade feminina pautada na biologia e na concepção mais arcaica de família, elas propõe entender quais são os aspectos políticos, psicológicos e sociais aos quais a mulher é submetida, ou seja, a grande questão passa a ser quais são as condições que sustentam a submissão feminina ao outro, e os mecanismos de combate a essas condições.

¹⁰ BEAUVOIR, Simone. O Segundo Sexo – a experiência vivida. Tradução de Sérgio Millet. 4 ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1980.

¹¹ FEDERICI, Silvia. O patriarcado do salário: Notas sobre Marx, gênero e feminismo. Tradução de Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2021.

Beauvoir (1980) analisa em sua obra os elementos estruturais que acompanham a mulher ao longo do seu crescimento e desenvolvimento como pessoa e ser social, desde a infância até a sua vida adulta. Primeiramente é analisada a perspectiva da infância da mulher, e alguns pontos devem ser destacados neste período tão importante. Segundo a autora inicialmente os dois sexos são tratados igualmente, com as mesmas vontades e medos infantis, mas no decorrer do seu crescimento passam a apresentar um reflexo do que vivenciam em casa, e ao longo dos anos ocorre uma diferenciação no tratamento do menino e da menina. A menina é estimulada a ser carinhosa, afetuosa, prendada, para futuramente tornar-se uma dama respeitável e bonita, enquanto o menino tem liberdade para desenvolver a sua “soberania orgulhosa” (BEAUVOIR, 1980, p.14). Além do incentivo dos familiares e da sociedade, nesta etapa tem-se também a história cultural como fator de influência, já que percebe-se que ao longo dos anos, desde a mitologia até os dias de hoje, temos grandes feitos e conquistas realizados por homens, por exemplo, na mitologia grega com a grandiosidade dos deuses e semideuses, enquanto a figura feminina é apresentada de forma doce, reprimida e submissa. Olhando neste aspecto podemos entender a motivação para que muitas mulheres fiquem obsessivas, por exemplo, com a beleza, já que as princesas e as deusas sempre são apresentadas de forma bela e jovem, enquanto bruxas e vilãs são velhas e feias. Quando se olha mais detalhadamente esse fenômeno vemos que a motivação não é em nome da beleza de fato, mas sim pela obtenção de afeto, permitindo assim que a mulher seja vista e admirada, colocando-se assim como objeto. Com essa “moldagem” inicial e esses padrões, é mostrado à menina o quanto ela precisa se modificar para agradar o outro e o quanto a regras do outro impacta na sua formação estética e social, já que, até em uma relação afetiva a liberdade e espontaneidade feminina não serão prioridade para ela mesma (BEAUVOIR, 1980, p. 99).

Beauvoir (1980) questiona as teorias psicanalíticas em torno da mulher junto com a sua feminilidade, e, de modo geral critica o conformismo referente a condição feminina, na qual qualquer “desvio” é carregado de inautenticidade ou desajuste. Para a autora o grande erro da questão da abordagem da feminilidade é justamente a naturalidade com que é imposto o destino a elas, já que para essas teorias para ser mulher é preciso ter um destino feminino, logo se conformar com a submissão (BARRA, CHAVES e SANTOS, 2014, p.124). Em um aspecto similar, Federici (2021) insere a essa problematização a naturalização do papel da família neste cenário. Ela afirma que a essência da ideologia capitalista glorifica a família como “esfera privada”, mostrando sua origem histórica e o quanto essa concepção de família ocidental é uma invenção do Capital para o Capital. Segundo a autora, esse modelo de família

é muito aceito pois o patriarcado pavimentou a ideia de que o espaço privado, assim, o trabalho doméstico não remunerado é destinado ao feminino (GALETTI, 2022, p. 2).

Adentrando a abordagem sobre a inserção da mulher no mercado de trabalho, Federici (2021) demonstra que a análise de Marx sobre o capitalismo nos deu mecanismos para pensar sobre as formas específicas da exploração à qual as mulheres têm sido submetidas na sociedade capitalista (FEDERICI, 2021, p. 62). Federici (2021) propõe a ampliação do debate sobre conflitos produtivos, colocando o trabalho doméstico e reprodutivo como pilares essenciais para a manutenção cotidiana da vida, mas aponta que nem o capitalismo e nem o patriarcado demonstram interesse em rever as desigualdades de gênero e realizar o assalariamento do trabalho doméstico. A autora oferece uma reflexão referente a grandiosidade do trabalho reprodutivo, pois ele se projeta do ambiente doméstico para o espaço público. Embora essa pauta seja de grande importância para o movimento feminista, no cenário das lutas sociais descritas por Marx, por exemplo, essa pauta não é abrangida e defendida, assim como muitas outras (FEDERICI, 2021, p. 130).

Também alinhada a este pensamento, Beauvoir argumenta que na sociedade moderna a mulher adquire um papel que vai além de uma figura generalizada de que ela tem que ser a esposa, mãe e dona de casa. A mulher moderna procura ser notada de forma singular, e um caminho para este é o ambiente de sua vida social (BEAUVOIR, 1980, p. 294). Com a possibilidade de trabalhar, a mulher encurtou em grande parte a distância que a separava do homem, já que o trabalho a permite assegurar uma liberdade concreta. Quando é deixado de lado o papel de mulher do lar que vive dos recursos do seu marido, o sistema baseado em sua dependência se desmonta, já que não há mais necessidade de um mediador masculino na administração de sua vida, ou seja, as mulheres que trabalham encontram em sua profissão uma autonomia econômica e social, permitindo que ela trace seu próprio futuro (BEAUVOIR, 2021). Porém, não é só porque a mulher se liberta economicamente do homem que ela atinge uma situação moral, social e psicológica igual à do homem. Desta forma, a liberdade feminina consiste em não abolir as relações estabelecidas entre homens e mulheres, e sim restringir ao máximo o impacto e o poder de decisão masculino na vida da mulher, além de que ambos se reconheçam mutuamente como sujeitos.

2. O CONCEITO DE ESTEREÓTIPO PARA A INDÚSTRIA CULTURAL

2.1. O que é Estereótipo e Indústria Cultural

Neste capítulo deixamos um pouco a perspectiva de apresentações cronológicas e passamos para uma análise mais voltada às teorias e conceitos que explicam o fenômeno de consumo de massas e personalização de conteúdos culturais para devidos grupos dentro de uma estrutura social. Serão adotados os conceitos de Indústria Cultural, de Theodor Adorno (1987), e de Representações Simbólicas, de Pierre Bourdieu (1974). Ambos os conceitos apresentam um embasamento fundamentado nas relações dentro de uma estrutura sistêmica e as características de seus respectivos grupos de interação. Os autores analisam e explicam o fenômeno de como uma classe dominante produz e vende conteúdos customizados e dotados de uma ideologia camuflada, gerando assim um ciclo de consumo lucrativo e de realimentação do próprio sistema.

O conceito de Indústria Cultural foi utilizado pela primeira vez em 1947¹² por Adorno e Horkheimer, em Amsterdam, e inicialmente tratou de um problema geral de cultura de massa, sendo posteriormente estudado mais profundamente. Adorno (1987) explica que em todas as camadas de um sistema são feitos produtos adaptados ao consumo das massas. As concentrações econômicas e administrativas fazem com que a indústria cultural seja uma integração ordenada, que especula sobre o estado de consciência e inconsciência de milhões de pessoas às quais ela se dirige (ADORNO, 1987, p. 93-95). Segundo o teórico, as massas não são o primeiro fator neste sistema, mas um elemento secundário, sendo mais utilizado para cálculo, ou seja, cobaias de produção para consumo. As massas não são a medida do processo, e sim a ideologia da indústria cultural, ainda que o sistema não possa existir sem se adaptar a essas massas, e as mercadorias culturais da indústria se orientam segundo o princípio de sua comercialização, e não segundo seu próprio conteúdo (ADORNO, 1987, p. 93). A autonomia das obras de arte é marcada por conexões causais com seus conteúdos em si, mas este fator é desconsiderado pela indústria cultural, com ou sem a vontade consciente de seus criadores, já que a produção no estilo da indústria cultural são integralmente mercadorias (ADORNO, 1987, p. 95 e 96). Adorno analisa que a indústria cultural transfere as características da dominação aos bens culturais que produz, adaptando os produtos a um consumo de massa aliado aos interesses do capital para construir um grande sistema

¹² ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Tradução de Guido Antonio de Almeida, Rio de Janeiro, Zahar Editores.

(SANTOS, 2014, p. 26). Para o teórico, a racionalidade técnica utilizada pelo sistema é a racionalidade da própria dominação (ADORNO, 1987, p. 100).

Adorno explica que o termo de “indústria” não é usado literalmente, mas se refere à padronização do próprio produto, e a racionalização das técnicas de distribuição, não se referindo exatamente ao processo de produção, mas tornando-o racionalizado. Uma característica fundamental dos produtos nesse modelo é se apresentar como individual e “único”, porém a sua percepção de individualidade contribui para o fortalecimento da ideologia, pois ao mesmo tempo em que se cria a ilusão de exclusividade também é criado uma sensação de imediatismo e de vida (ADORNO, 1987, p. 97). Mais a frente neste capítulo esta perspectiva será relacionada com a figura do herói, apresentada por Joseph Campbell (2005).

Muito atrelados ao conceito de Indústria Cultural, Bourdieu introduz o conceito de Representações Simbólicas, inicialmente apresentando como ocorre a relação das classes neste sistema, mostrando que a estrutura não pode ser apenas considerada como uma relação entre as partes, e sim a manifestação de aspectos que resultam de sua dependência relativa à totalidade. Bourdieu acredita que uma determinada classe social ao ocupar uma posição numa estrutura possui características e propriedades independentes e características particulares, como prática profissional e condições materiais de existência. Desta forma, a posição de um indivíduo na estrutura social não pode ser analisada sob um único ponto de vista, mas deve ser entendida como um sentido de trajeto social, assim, os grupos ou indivíduos têm propriedades comuns (BOURDIEU, 1974, p. 6). Também é utilizada a perspectiva de Max Weber de que existe uma diferença entre o conceito de classe e de grupos de status, já que o primeiro é voltado à produção e aquisição de bens culturais, enquanto o segundo representa uma lógica de consumo de bens simbólicos, que se apresentam em tipos específicos de estilo de vida (WEBER, 1982, p. 212).

Inúmeras características de uma classe social são projeções de membros se envolvem propositalmente em relações simbólicas com indivíduos de outras classes. No pensamento do autor a autonomia de uma ordem social acontece devido a chance de desenvolvimento de uma própria lógica enquanto campo de relações simbólicas (BOURDIEU, 1982, p. 25). Os bens simbólicos, para o autor, são a base para interpretação de intercâmbios econômicos como organização e orientação para as relações sociais dentro de um padrão social. A proposta de questionamento de Bourdieu recai sobre como, e até que ponto, a estrutura de relações econômicas consegue moldar a estrutura das relações simbólicas.

Em sua tese, Bourdieu (1974) argumenta que a dependência do campo intelectual e artístico em relação à repressão de mercantilizar os conteúdos artísticos permite um aumento do mercado de bens simbólicos. O habitus de classe, ou seja, suas disposições, estilos de vida, maneiras e gostos são os princípios que vão guiar a lógica do campo intelectual e artístico, e, para manter sua identidade, autonomia e resistir às demandas burguesas os artistas deveriam apresentar um patrimônio particular (BOURDIEU, 1974, p. 103). Com o avanço de um conjunto de artistas familiarizados com a sistematização de legitimidade estética, Bourdieu argumenta que ficaria mais fácil de impor nas esferas de produção a premissa do modo de representação sobre o objeto reproduzido, assim, a arte passa a ser constituída como objeto propriamente estético. Desta forma, o modo de percepção estético é produto de uma transformação no campo artístico.

Bourdieu (1974) aponta que o sistema simbólico estruturado tem como princípios a construção da experiência, que considera o que merece ser discutido e o que está fora de discussão, e o efeito consagração ou de legitimação, que valida o que está sendo passado. Ele também apresenta as características que definem um mercado de bens simbólicos. O primeiro aspecto é a constituição de públicos consumidores virtuais cada vez maior, mais diversificado socialmente e concedendo aos produtores de bens simbólicos uma certa independência econômica para moldar seus produtos. Um segundo ponto é a constituição de um conjunto de produtores e empresários de bens simbólicos que se profissionalizam na criação de condições de participação no meio do Capital, e por fim tem-se a multiplicação e a diversificação de instâncias de consagração competindo pela legitimidade cultural. Tendo essa estrutura definida, o desenvolvimento de um mercado de bens simbólicos é paralelo a um processo de diferenciação dos públicos aos quais as diferentes categorias de produtores destinam seus produtos (BOURDIEU, p. 12).

2.2. O processo de estereotipação para a Indústria Cultural

Como apresentado anteriormente, a indústria cultural está muito atrelada às representações simbólicas a partir do momento em que ambos os conceitos se embasam no entendimento de características e aspectos de uma determinada classe ou grupo permite que sejam personalizados bens culturais desprovidos de conteúdo artístico em si, mas preenchidos com conteúdos consumíveis, tornando assim a arte, em seus diversos aspectos, em uma mercadoria, e mais especificamente para este trabalho, no âmbito do cinema. Ocorre o processo de esvaziamento de conteúdos significativos para o preenchimento de uma versão

filmica personalizada e consumível em grande escala, ocorrendo assim um processo de alienação¹³. Os elementos resultantes da produção cultural, neste caso, para os filmes de longa metragem para o cinema, físgam seus consumidores através dos elementos com os quais eles se identificam, ou seja, eles veem nos conteúdos que adquirem a reflexão do seu próprio ser e sua realidade. O Capital precifica a própria projeção do indivíduo nos conteúdos que são consumidos e assistidos, e nesse fenômeno ainda é possível que o grupo de produtores de bens culturais selecione e direcione para elaboração cultural cinematográfica o que eles consideram aceitável ou não. Consumir é um meio pelo qual se anseia obter a própria superação das suas adversidades, porém neste caminho vive-se de acordo com os valores dominantes em uma sociedade de consumo de massa (ADORNO, 1970).

Ao olhar para esse fenômeno aplicado ao movimento feminista, percebe-se o esvaziamento de pautas históricas do movimento, e precificação do que representa somente uma estética do feminismo no cinema. Os estereótipos criados têm o propósito de conquistar e ganhar o consumidor destes conteúdos, e neste procedimento é possível compreender os processos seletivos que miraram nas pautas feministas e colheram dela apenas o que permite a ordem do Capital precificar para lucrar. O papel do “pater” é vinculado a sua capacidade de pagamento, e isso implica em uma série de problemas de exclusão feminina em diversos âmbitos, como mercado de trabalho ou a hiper exploração da mão de obra de trabalho feminino, por exemplo. Quando tem-se essas estéticas apresentadas e moldadas para um público que assiste esses conteúdos cinematográficos, ocorre o processo de manifestação de valores dominantes sobre uma sociedade de consumo de massa, e assim, processos políticos passam a ser representados pela produção cultural filmica. Quando olhamos para as forma como essa figura e esse modelo são passados para os consumidores no sistema capitalista, temos a representação realizada principalmente através de narrativa e roteiros dos filmes que constroem e inspiram a formação e desenvolvimento etário dos indivíduos, e uma das principais narrativas construídas é a da figura e jornada do herói, como apresentada a seguir.

¹³ O conceito de Alienação aqui considerado provém das ideias de Karl Marx, relacionadas ao impacto do capitalismo nas relações sociais e à falta de controle que os seres humanos têm sobre a própria vida. A palavra alienado tem origem no latim e significa "o que é de fora", "que pertence ao outro" ou "o que não sou eu/meu", entretanto, o conceito na teoria marxista se difere e está principalmente relacionado à exploração do trabalho e à luta de classes. Para Marx, uma sociedade dividida em classes sociais será um espaço em que existe a exploração do trabalho. Da mesma forma, em uma sociedade de classes, as ideias predominantes serão as que pertencem às classes dominantes. (Fontes: “O que é alienação para Karl Marx” e “A teoria da alienação em Marx”)

2.3. A figura do herói

A figura do herói é um conceito apresentado por Joseph Campbell (2005) no livro “O Herói das Mil Faces”, escrito em 1949. Neste livro o autor apresenta a narrativa e as etapas que a figura do herói passa em sua jornada, sendo ao todo dezessete fases divididas em três grandes blocos. Os três blocos que dividem a jornada apresentada por Campbell são respectivamente “A partida”, “A Iniciação” e “O retorno”, tendo cada uma subdivisões que englobam boa parte das trajetórias descritas tanto em livros, filmes e até no desenvolvimento das religiões.

Ao longo da apresentação dessa jornada, o autor traz a perspectiva desse roteiro para explicar como ele se projeta na realidade, e segundo ele, todas as histórias são projetadas a partir da nossa psique, ou seja, nossa alma, espírito e mente. Sendo assim, os sonhos de cada um são influenciados por um modelo e sistema que abrange praticamente qualquer narrativa. Campbell (2005) traz a reflexão de que os símbolos da mitologia não são fabricados inteiramente pelo autor, ou seja, não podem ser ordenados, inventados ou permanentemente suprimidos, já que esses símbolos são produções específicas da psique e cada um deles traz em si, intacto, o poder do criador da fonte, ou seja, o próprio indivíduo consumidor daquele roteiro (CAMPBELL, 2005, p. 7). Através da história o autor projeta a reflexão da psique de boa parte do público a quem ele direciona aquela obra, gerando assim uma rede de identificação do que é almejado pela vida real com a jornada do herói. Desta forma, há o anseio de que o herói reflita aquilo que o indivíduo quer ser, pois no fundo todos querem ser protagonistas incríveis e destemidos da sua própria história.

Segundo Campbell (2005), isso ocorre principalmente porque as histórias que ouvimos e contamos, principalmente através do cinema e conteúdos fílmicos no geral, estão ligadas ao desenvolvimento da psique de cada um, ajudando assim nosso desenvolvimento também como seres humanos, deixando de lado a infância e ajudando a enfrentar a vida adulta. Desta forma, as narrativas e as jornadas descritas pelos autores e roteiristas podem ser adaptadas para moldar o tipo de perspectiva de desenvolvimento que está sendo passado para as pessoas desde suas infâncias, auxiliando a formar as pessoas para os desafios e responsabilidades que elas irão enfrentar ao longo de sua adolescência até a sua vida adulta. Desta forma, é muito mais fácil para os criadores de roteiros delimitarem seus públicos consumidores. A

narrativa do herói é um conteúdo de humanização que ajuda a formar visões de mundo.

2.4 A figura do Herói aplicado à perspectiva Feminista pelo processo de Esterotipação

A figura do herói encontra-se atrelada aos conceitos de Representações Simbólicas e Indústria Cultural a partir do momento em que é possível personalizar as narrativas para diversos públicos e com diferentes faixas etárias. Para gerar um conteúdo lucrativo e amplamente consumido, o autor da história ou roteiro precisa entender melhor as singularidades de sonhos, metas, objetivos, desafios, fantasias, e ideias comuns de seu público alvo para moldar as características do herói protagonista e sua jornada que agradem os consumidores. Projetando suas frustrações, sonhos, medos e fantasias, a produção cultural prende seus consumidores através dos elementos com os quais eles se encaixam, ou seja, a figura do herói seduz, pois apresenta traços de identidade com o qual o consumidor se identifica. Além de produzir algo de interesse de consumo do público, ainda é possível que o autor camufle em sua história suas próprias ideias e crenças, podendo ajudar a implementar ou reforçar padrões comportamentais e estéticos através do protagonista e roteiro do filme criado.

Quando aplicamos esse processo sob a perspectiva feminista, temos o período de infância, descrito por Simone de Beauvoir. Além de descrever a diferença de tratamento recebido pelas crianças neste período da vida, a autora também apresenta a importância das representações fictícias apresentadas para elas e o impacto destas em suas formações de pensamento e como indivíduos. Beauvoir (1980) analisa que quando olhamos para a história cultural, percebe-se que ao longo dos anos, desde a mitologia, temos grandes feitos e conquistas realizados por homens, por exemplo, na mitologia grega com a grandiosidade dos deuses e semideuses, enquanto a figura feminina é apresentada de forma doce, reprimida e submissa. Segundo a autora, olhando neste aspecto podemos entender a motivação para que muitas mulheres fiquem obsessivas, por exemplo, com a beleza, já que as princesas e as deusas sempre são apresentadas de forma bela e jovem, enquanto bruxas e vilãs são velhas e feias (BEAUVOIR, 2021, p. 33).

Quando olha-se mais detalhadamente esse fenômeno vemos que a autora demonstra que a motivação feminina por ser “perfeita” não é em nome da beleza de fato, mas sim pela obtenção de afeto, permitindo assim que a mulher seja vista e admirada, colocando-se assim como objeto. Desde a infância a mulher é ensinada a se colocar e se visualizar com sua condição “feminina”, que majoritariamente implica em ser mansa, passiva e objetificada, e juntamente a esse ensinamento dentro de casa essa ideia é sustentada por todo um contexto social, um consumo inconsciente de bens e conteúdos culturais que força a mulher a se identificar a todos os momentos com papéis rígidos e pré-estabelecidos. Segundo a autora, os impactos trazidos pelos argumentos biológicos juntamente com as imagens fictícias trazidas pela cultura e as relações sociais reforçam e consolidam o mito da inferioridade feminina (BEAUVOIR, 1980, p. 70).

3. OS FILMES DA MULHER-MARAVILHA COMO REPRESENTAÇÃO SIMBÓLICA DE ESTEREÓTIPOS FEMINISTAS

Neste capítulo será explorada mais detalhadamente a figura da Mulher Maravilha como ferramenta de profusão de estereótipos feministas, passando pela sua criação como personagem nas HQs e sua remodelagem ao longo dos anos, principalmente para o cinema em 2017 e 2020, com seu primeiro filme solo. Inicialmente a abordagem partirá da perspectiva de Jill Lepore (2014) em seu livro “A História Secreta da Mulher-Maravilha”¹⁴, que apresenta através de uma série de diversos documentos coletados pela autora que demonstram como o criador da heroína Mulher Maravilha projetou suas vivências e crenças pessoais na personagem. Lepore (2014) realizou uma robusta investigação que resultou na revelação do quanto a história da personagem é ligada a de seu autor, desde as mulheres que amou, as quais o inspiraram e ajudaram a idealizar a personagem, até palestras e eventos realizados na universidade em que estudou, e, nesses aspectos, a perspectiva de Campbell (2005) sobre um autor projetar na história e personagem que está desenvolvendo sua própria vivência, experiências pessoais e ideias que acredita se demonstram fortemente. Lepore (2014) enfatiza muito em seu livro o vínculo de Marston, criador da heroína Mulher- Maravilha, com as ideias feminista e com a luta

¹⁴ LEPORE, Jill. A História Secreta da Mulher-Maravilha. Rio de Janeiro: BestSeller, 2014

pelos direitos das mulheres, além de como ele criou essa afinidade com o movimento ao longo de sua vida (PEZZI, 2019, p. 146)

Em um recorte temporal mais específico, voltado para as décadas de 20 e 30 nos Estados Unidos, historiadores como Sean Purdy¹⁵ acreditam que as mulheres deste período observaram seu movimento reivindicatório ter duas perspectivas paralelas, sendo a primeira a de que embora elas perdessem seus empregos para os homens, fator atrelado ao desemprego gerado pela Grande Depressão, mais mulheres estavam se inserindo no mercado de trabalho para aumentar a renda familiar (PURDY, 2007, p. 206). Tendo esse cenário, o historiador apresenta a perspectiva de que o impacto da crise econômica atrelado às novas alternativas políticas chegou a influenciar muito fortemente a indústria cultural, como o cinema. “O mundo hollywoodiano da fantasia cultivava a crença nas possibilidades de sucesso individual, na capacidade do governo em proteger cidadãos contra o crime e numa visão da América como uma sociedade sem classes” (PURDY, 2007, p. 213). Dentro deste contexto tem-se a criação da super heroína Mulher-Maravilha, uma princesa e guerreira amazona da ilha de Temiscira, com sua primeira aparição nos quadrinhos em 1941 na All Star Comics.

Durante sua graduação em Harvard, Marston teve como grande influência e modelo o Prof. George Herbert Palmer, o qual foi casado com uma sufragista, e, segundo Lepore (2014), o mesmo tinha um forte compromisso intelectual e político com a igualdade dos sexos, sendo ele o padrinho da Liga Masculina de Harvard pelo Sufrágio Feminino, criada em 1910 (LEPORE, 2014, p. 26). Esta Liga foi responsável pela promoção de diversas palestras com convidadas feministas, sendo uma delas a sufragista britânica Emmeline Pankhurst. A autora cita que Pankhurst sempre abordou sobre as “correntes do patriarcado”, e teve sua palestra impedida de ser realizada em Harvard, mas conseguiu realizá-la em um teatro próximo ao campus, o qual, segundo Lepore, lotou (PEZZI 2019, p. 150). O livro mostra que, trinta anos depois desta palestra assistida por Marston, criou-se a super-heroína que luta pelos direitos femininos, tem como a sua única fraqueza a perda toda a força se um homem acorrentá-la, metáfora essa às “correntes do patriarcado” (LEPORE, 2014, p. 30).

A autora demonstra ao longo do livro que não só a personagem em si foi inspirada na realidade do seu criador, como também boa parte das histórias em quadrinhos da Mulher-Maravilha foram inspiradas em acontecimentos reais, como por

¹⁵ PURDY, Sean. O Século Americano. In: KARNAL, Leandro. História dos Estados Unidos: das origens ao século XXI. São Paulo: Contexto, 2007. pp. 173-276

exemplo, em uma das primeiras revistas da super-heroína, Marston teria se inspirado na greve dos operários da indústria têxtil em Lawrence, Massachusetts, em 1912, a qual gerou uma greve em que Margaret Sanger havia se envolvido, fazendo dela uma das inspirações para a personagem (LEPORE, 2014, p. 40). Outro exemplo foi uma revista lançada por Marston que se inspirou no acontecimento de 1910, em que o sindicato dos leiteiros colocou preços altíssimos no leite. Este quadrinho foi publicado em 1942, e acabou se tornando uma propaganda antinazista, pois na história os altos preços do leite foram consequência de uma conspiração alemã, para deixar as crianças norte-americanas mais fracas (PEZZI, 2019, p. 151).

Em uma perspectiva direcionada aos filmes solo da Mulher-Maravilha, lançados respectivamente em 2017 e 2020, tem-se uma análise mais voltada à figura da personagem, desde seu figurino até suas linguagens verbais e não verbais. A importância desta análise se justifica pela relevância social da imagem da Mulher-Maravilha, uma vez que ela se projeta para além das telas do cinema, estampando sua identidade em diversos bens de consumo, como uma marca (PAULA e GAVA, 2020, p. 984). Uma proposta de estudo destes elementos estéticos e linguísticos transmitidos pelos filmes da Mulher-Maravilha foi realizada pelas autoras Paula e Gava (2020), em seu texto “Mulheres-Maravilhas, as capitãs contemporâneas?”¹⁶, o qual utilizam o Círculo de Bakhtin como base de sua análise. Este fundamento teórico, que foi formulado do início do século XX até 1975, é formado por componentes de diversas áreas do conhecimento, e concebe a linguagem como social e histórica, materializada em um enunciado situado, produzida por um sujeito em determinado tempo e espaço, repleta de vozes sociais, e em um constante diálogo (PAULA E GAVA, 2020, p. 987). Os estudos bakhtinianos se pautam em três dimensões de linguagem, a verbal, a entoativa/sonora e a visual, presentes em todos os enunciados, com mais ou menos intensidade, mesmo que apenas uma das dimensões esteja materializada de maneira explícita. Nas histórias em quadrinhos, por exemplo, apenas as dimensões verbal e visual se encontram concretizadas, mas a vocal está subentendida, já que as falas das personagens apresentam onomatopeias, exclamações, interrogações e entoações discursivas, enquanto nos filmes o enunciados audiovisuais e a tridimensionalidade da linguagem são explorada ao máximo. (PAULA e GAVA, 2020, p. 990).

¹⁶ PAULA, L. de; GAVA, L. M. Mulheres-Maravilhas, as capitãs contemporâneas? In: Estudos Linguísticos (São Paulo. 1978), v. 49, n. 2, p. 982-999, jun. 2020.

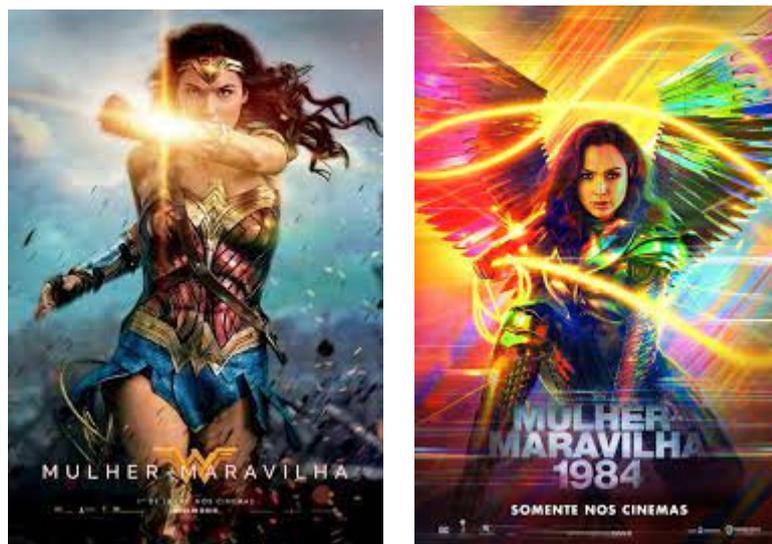
Ao analisar o caso dos filmes da Mulher-Maravilha, as autoras propõem que o adjetivo “maravilha”, que compõe o nome da personagem, traça também suas características de personalidade, como guerreira, forte, independente, questionadora, subversiva, apaixonada. Entretanto, a personagem também demonstra ser uma mulher que usa seus poderes para seguir um homem e abre mão de sua vida de amazona em nome do seu amor por Steve Trevor, e nesse sentido, demonstra ser uma mulher frágil, dependente, e submissa, características estas que reforçam o estereótipo da figura feminina que o feminismo se empenha a quebrar (PAULA e GAVA, 2020, p. 990). A adjetivação “maravilha” pode se referir tanto aos super-poderes dessa mulher-amazona, o que pode remeter à ideia de uma mulher empoderada, mas a personagem também traz à ideia de submissão, escravidão voluntária, masoquismo e sexualização de um corpo padronizado compreendido como ideal e, nesse sentido, o adjetivo implica em valores machistas que confirmam padrões patriarcais de comportamento.

O longa-metragem, produzido pelos estúdios Warner Bros em parceria com a DC Comics, é bastante semelhante com a primeira aparição da heroína das histórias em quadrinhos, já que a narrativa começa com um avião caindo na ilha das amazonas, Themyscira, e o personagem Steve Trevor é salvo por Diana, a Mulher-Maravilha enquanto a ilha é invadida pelos alemães que perseguiam o piloto. Após ser salvo por Diana, Steve revela às amazonas que é um espião norte-americano infiltrado entre os nazistas, e dali em diante Diana parte em uma jornada para restabelecer a paz e a justiça no mundo dos homens¹⁷. O filme foi um sucesso, agradou a grande maioria do público, conquistando a posição de filme de super-herói mais lucrativo do ano, e a atriz Gal Gadot recebeu diversos elogios por parte da crítica e do público por sua atuação (PAULA e GAVA, 2020, p. 893).

Ao realizar uma análise mais direcionada a apresentação estética da personagem, tem-se como exemplos os pôsteres dos filmes da Mulher-Maravilha de 2017 e 2020:

**FIGURA 1: POSTERES OFICIAIS DE DIVULGAÇÃO DOS
RESPECTIVOS FILMES “MULHER-MARAVILHA” (2017) E “MULHER
MARAVILHA 1984” (2020)**

¹⁷GREENBERGER, Robert. Mulher-Maravilha: amazona, heroína, ícone. Rio de Janeiro: Leya.2017.



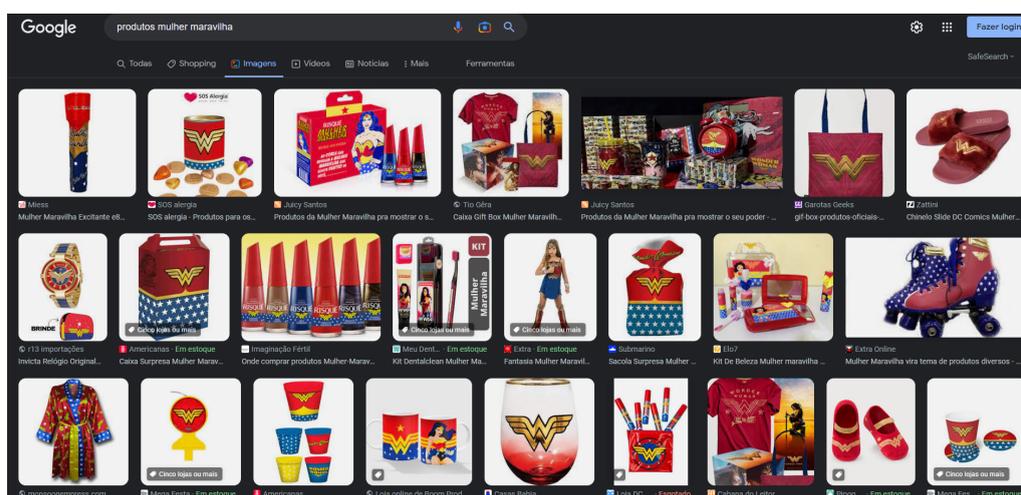
Ambos os cartazes mostram visualmente uma mulher ao centro, com iluminação e foco voltados para o seu destaque, e em ambos tem-se um foco direcionado para os instrumentos de destaque da personagem, sendo no primeiro cartaz os braceletes, que compõem o traje clássico da heroína, enquanto na segunda imagem tem-se o Laço da Verdade, item fundamental que caracteriza a Mulher-Maravilha e que complementa a nova armadura da personagem, mostrando que embora tenha uma nova abordagem, a personagem ainda remete ao seu arco inicial. A mulher no primeiro pôster veste um traje vermelho, amarelo e azul, que remetem as cores da bandeira do Estados Unidos, utiliza braceletes nos dois punhos e botas até o joelho, mostrando que claramente se trata do filme da Mulher Maravilha, além de demonstrar que o filme retomou as características estéticas da personagem original das HQs (PAULA e GAVA, 2020, p. 993). Quando observam-se os elementos visuais e de roteiro do filme, percebe-se que o primeiro longa metragem trouxe mais fidelidade aos elementos originais da personagem e sua trajetória de origem, ponto muito aclamado pelo público, enquanto o segundo filme trouxe uma visão de roteiro e figurinos que também aparecem nas HQs, porém são menos conhecidas pelos fãs da franquia, o que pode ter impactado no desempenho do filme no cinema.

Quando analisa-se a perspectiva de lucratividade sobre a personagem da Mulher-Maravilha nos filmes, tem-se a projeção do fenômeno anteriormente citado, no qual o Capital seleciona e recorta um público consumidor para essa franquia de filmes, entende o que esse público espera do roteiro e como a história pode conquistar esse público, para que então a jornada da heroína no filme seja modelada para que o público sinta nostalgia, apego e a sensação de “empoderamento” da personagem e sua narrativa. Analisando a lucratividade

que o primeiro filme trouxe para os produtores, tem-se a arrecadação global de aproximadamente US\$ 813 milhões ao redor do mundo, tendo como lucro US\$ 252,9 milhões, sendo o filme de super-herói mais lucrativo de 2017¹⁸, enquanto o filme “Mulher-Maravilha 1984” arrecadou US\$118,5 milhões¹⁹, bilheteria muito inferior à arrecadada no filme anterior, e que gerou prejuízo para os produtores, já que o filme não conseguiu cobrir os próprios investimento para produção, que foi aproximadamente de investimento de US\$ 200 milhões²⁰.

As autoras Paula e Gava (2020) demonstram uma análise prática sobre o fenômeno realizado pela Indústria Cultural de amedramento de movimentos sociais esvaziados de pautas importantes em forma de bens de consumo, neste caso a luta feminista através dos filmes da Mulher-Maravilha. Para analisar como o lucro sobre a figura da Mulher-Maravilha se estende para além das telas do cinema, as autoras propuseram uma comparação entre os filmes “Mulher-Maravilha” (2017) e o filme “Capitã Marvel” (2019), analisando a quantidade de produtos de consumo direcionados a cada uma das heroínas e levantando hipóteses para os resultados encontrados. Foram realizadas pelas autoras pesquisas no Google, desvinculado de contas, para obter imparcialidade na pesquisa, com as frases “Produtos Mulher-Maravilha” e “Produtos Capitã Marvel”. Para este estudo, replica-se neste artigo a mesma pesquisa realizada pelas autoras, como demonstrado abaixo.

FIGURA 2: RESULTADO DA PESQUISA POR “PRODUTOS MULHER-MARAVILHA”



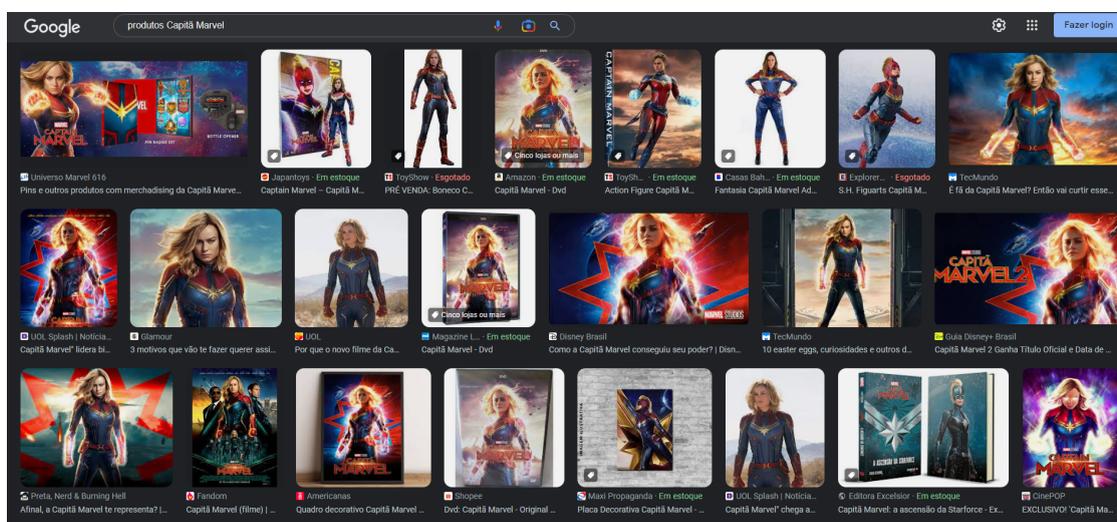
¹⁸ “Lucros de bilheteria nº 6 da Mulher-Maravilha – Torneio de grande sucesso de bilheteria de 2017” em <https://deadline.com/2018/03/wonder-woman-box-office-profit-2017-1202351443/>

¹⁹ “ ‘Mulher-Maravilha 1984’ alcança soma de bilheteria global de US 118,5 milhões” em <https://www.exibidor.com.br/noticias/mercado/11491-34mulher-maravilha-198434-alcanca-soma-de-bilheteria-global-de-us1185-milhoes>

²⁰ “Bilheteria de Mulher-Maravilha 1984 atinge US\$ 100 milhões mundiais” em <https://www.terra.com.br/diversao/entre-telas/bilheteria-de-mulher-maravilha-1984-atinge-us-100-milhoes-mundiais,9b6062b6dd3e359cad85b5976dfffe8a08td94nk.html>

FONTE: <https://bitly.com/66281>

FIGURA 3- RESULTADO DA PESQUISA POR “PRODUTOS CAPITÃ MARVEL”



FONTE: <https://bitly.com/fDcMt>

Observa-se que na figura 2 há muito mais diversidade de produtos Mulher-Maravilha, tais como esmaltes, camisetas, guarda-chuvas, dentre muitos outros, enquanto na figura 3 não há tanta variedade de produtos, e sim uma maior quantidade de imagens da própria Capitã Marvel do que de produtos com a sua imagem, portanto percebe-se que a figura da Mulher-Maravilha é uma figura muito mais explorada e comercializada do que a da Capitã Marvel, e consequentemente muito mais rentável. Segundo as autoras, parte deste fenômeno pode ter ocorrido devido ao momento em que a super-heroína Capitã Marvel foi trazida para as telas mais recentemente, não cativando assim o público.

Outro fator hipotético levantado nesta análise foram as críticas levantadas sobre a atriz que interpretou o papel da Capitã Marvel e a própria postura da personagem no filme, o que gerou muitos ataques nas redes sociais por ambas não se encaixarem no padrão de beleza esperado para uma super-heroína, e não seguirem o padrão estético estereotipado e sexualizado comum para esse tipo de personagem (PAULA E GAVA, 2020, p. 994). Enquanto isso, a Mulher-Maravilha traz para seu filme todos os aspectos esperados para heroína, uma personagem hipersexualizada e que reforça comportamentos femininos submissos à figura masculina, como citado anteriormente neste capítulo. Dentro desse recorte tem-se a inserção de padrões estéticos e comportamentais com os quais o público compadece e suporta, tal como um modelo e padrão estereotipado e cobiçado culturalmente, ou seja, a personagem se encaixa no que se esperam para uma figura feminina em uma estrutura e

sistema patriarcal. Desta forma a personagem e sua jornada nos filmes são totalmente moldadas para serem vazias de pautas relevantes para a luta feminista, passando assim uma ideia de princípios “maquiados” com o que é lucrativo para o Capital e que sustenta comportamentos e validações relevantes para a sustentação do sistema patriarcal que rege as estruturas sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para entender melhor e mais profundamente as produções culturais, principalmente as cinematográficas, é necessário que a análise vá além do roteiro, fotografia, direção ou atuação nestas obras, como feito pela Academia de Cinema em eventos como por exemplo o Oscar ou o Emmy Awards, também é necessário analisar o valor simbólico destas produções. Para entender estes valores nas produções cinematográficas é importante entender como o Capital influencia o processo de criação e desenvolvimento das histórias, roteiros e narrativas dos personagens. A Indústria Cultural atrelada às Trocas Simbólicas consiste em uma ferramenta que entende que uma sociedade é segmentada em grupos que afinidade que se relacionam uns com os outros, gerando assim interesses e características particulares àquele grupo que define seus relacionamentos com os demais. A partir destes aspectos as produções culturais são moldadas para que um grupo específico da sociedade consuma produções e bens culturais com os quais se identifique, ou seja, conteúdos culturais produzidos de acordo com o que aquele público específico tem interesse, podendo assim gerar um consumo em massa que além de ser lucrativo para o Capital, ainda pode sutilmente realimentar o próprio sistema e sua estrutura. Neste fenômeno são incorporados movimentos sociais de extrema importância, porém estes tem suas pautas alteradas e modeladas para o que é de interesse do sistema e que sejam mais lucrativas para seus grandes produtores.

Quando analisam-se obras filmicas, neste caso os filmes da Mulher-Maravilha para o cinema, tem-se o pautas “feministas” modificadas e esvaziadas para se encaixarem em uma narrativa que parece ser de empoderamento feminino, quando na verdade apresenta de forma maquiada o reforço de estereótipos e violências cotidianas sofridas por mulheres no mundo todo. A luta feminista combate o patriarcado estrutural que domina e rege as estruturas sociais, porém os grupos detentores de poder de produção neste sistema, atrelados ao Capital, buscam formas de lucrar com esses movimentos tão importantes, e para isso criam narrativas e roteiros que apresentam nos filmes um protagonista que reflete o que o público alvo almeja

ser, influenciando assim toda a cadeia de desenvolvimento da própria pessoa, moldando assim a massa consumidora a realidade que o Capital quiser. Dentro deste fenômeno os produtores de bens culturais projetam seus próprios interesses, anseios e ideias na sua narrativa e protagonista, criando uma jornada do herói que além de projetar também inspira quem consumir aquele produto.

Ao olhar para os dois filmes da Mulher Maravilha, tem-se uma personagem que embora tenha a intenção de demonstrar força e empoderamento na realidade traz uma figura submissa, dependente e hipersexualizada, tanto em seus comportamentos quanto em sua estética, reforçando assim estereótipos femininos que a luta feminista tanto se empenha para quebrar. Porém, devido ao amplo consumo da franquia, ainda tem-se a influência e o reforço de padrões estéticos e comportamentais passados pelos filmes da heroína. Além disso, o Capital amolda a imagem da personagem para que ela não seja só o protagonista de um filme, mas sim um símbolo fortemente consumido pelo público em forma de bens materiais. Desta forma, os filmes da personagem deixam de ser uma mera produção cinematográfica e passam a ser uma grande estratégia de Marketing lucrativo para vender o símbolo da personagem em diversos bens de consumo, e ainda reforçar violências cotidianas sofridas por mulheres através de validações de padrões comportamentais e estéticos que vão contra aquilo que o feminismo luta para combater. Neste caso, o movimento feminista é enfraquecido através das pautas esvaziadas e simplificadas, além de ser utilizada como uma ferramenta de lucro para o Capital. Neste trabalho estudou-se o fenômeno aplicado especificamente aos filmes da franquia “Mulher-Maravilha”, mas quando observa-se a vasta variedade de produções e franquias espalhadas pelo mundo e suas devidas proporções de consumo nas sociedades, fica a reflexão do quão manipulado ou verdadeiro são os conteúdos que consumimos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor. **A Indústria Cultural**. Tradução de Amélia Cohn. In: COHN, Gabriel (org.) Comunicação e Indústria Cultural. 5 ed. São Paulo: T.A Queiroz, 1987.

ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. **Cultura e sociedade**. Tradução de Carlos Grifo. Lisboa: Presença, 1970.

- AUMONT, Jacques (et all). **A estética do filme**. Campinas: Papirus, 1994.
- MONOLY, Barbara; Nelson, Jennifer. **Women's Activism and Second Wave Feminism**. Londres: Bloomsbury Academic, 2017
- BARRA, Celeste; CHAVES, Denise; SANTOS, Raissa. **BEAUVOIR, Simone de. (1970) O Segundo Sexo – Livro 1: Fatos e Mitos**. in. Rev. NUFEN, vol.6, no.2, Belém, 2014, p. 102-135.
- BARBUY, H.; OLIVEIRA, C. H. L. S. (orgs.). **Imagem e produção de conhecimento**. São Paulo: Museu Paulista-USP, 2002.
- BARROS, José D'Assunção; NÓVOA, Jorge (org.). **Cinema-História: teoria e representações sociais no cinema**. Rio de Janeiro: Apicuri, 2008.
- BEAUVOIR, Simone. **O Segundo Sexo – A experiência vivida**. Tradução de Sérgio Millet. 4 ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1980.
- BERNARDET, Jean-Claude. **O que é cinema**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BORDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- BOURCIER, Sam. **Compreender o Feminismo**. 1ª ed. Editora Devires, 2021.
- BURKE, Peter. (Org.). **A escrita da História: novas perspectivas**. Tradução de Magda Lopes. São Paulo: UNESP, 1992, p. 63-95.
- CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. 10. ed. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 2005.
- CAMPBELL, Joseph. MOYERS, Bill. **O poder do mito**. 17. ed. São Paulo: Palas Athena, 1999.
- CAPELATO, Maria Helena; NAPOLITANO, Marcos; MORETTIN, E., SALIBA, Elias T. **História e cinema: dimensões históricas do audiovisual**. São Paulo: Alameda, 2011.
- D'ALESSANDRO, A. **'Wonder Woman' box office profits– 2017 most valuable blockbuster tournament**. Disponível em:
<<https://deadline.com/2018/03/wonder-woman-box-office-profit-2017-1202351443/>>.
Acesso em: 12 dez. 2022.

DESCARRIES, Francine. In: **Feminismos: Teorias e Perspectivas**. NAVARRO-SWAIN, Tânia (org). Revista da Pós-Graduação em História da UnB. Brasília, Editora UnB, 2000, Vol. 8, números 1/2

EHRAT, Johannes. **Cinema & Semiotic: peirce and film aesthetics, narration, and representation**. Toronto, Buffalo & Londres: University of Toronto Press, 2005, pp. 165-247 ("What is cinema?")

EXIBIDOR, Portal. **“Mulher-Maravilha 1984” alcança a soma de bilheteria global de US\$118,5 milhões**. Disponível em: <<https://www.exibidor.com.br/noticias/mercado/11491-34mulher-maravilha-198434-alcanca-soma-de-bilheteria-global-de-us1185-milhoes>>. Acesso em: 12 dez. 2022.

FARREL, Amy Erdman. **A Ms. Magazine e a promessa do feminismo popular**. São Paulo: Editora Barracuda, 2004.

FEDERICI, Silvia. **O patriarcado do salário: Notas sobre Marx, gênero e feminismo**. Tradução de Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2021.

GALETTI, Camila Carolina Hildebrand. **Repensando as relações entre gênero e capitalismo: discussão sobre trabalho e salário**. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, v. 30, n. 2, e84481, 2022.

GAVA, Luanna. **Mulher-Maravilha ao longo da história: ícone de empoderamento questionável**. Araraquara: Universidade Estadual Paulista, 2021.

GREENBERGER, Robert. **Mulher-Maravilha: amazona, heroína, ícone**. Rio de Janeiro: Leya.2017.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Pensamento Feminista: Conceitos Fundamentais**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

LEPORE, Jill. **A História Secreta da Mulher-Maravilha**. Rio de Janeiro: BestSeller, 2014.

MATSUUCHI, Ann. **Wonder Woman wear pants: Wonder Woman, feminism, and 1972**. “Woman Lib” edition. Colquy 24. City University of New York (CUNY). LaGuardia Community College, 2012. p. 118-142

MÉSZÁROS, István. **A teoria da alienação em Marx**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2017.

MILLET, Kate. **Sexual politics**. Londres: Universidade de Columbia, 1969

MODERNA, P. **Bilheteria de “Mulher-Maravilha 1984” atinge US\$ 100 milhões mundiais**. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/entre-telas/bilheteria-de-mulher-maravilha-1984-atinge-u>>

s-100-milhoes-mundiais,9b6062b6dd3e359cad85b5976dffffe8a08td94nk.html>. Acesso em: 10 dez. 2022.

PAULA, L. de; GAVA, L. M. **Mulheres-Maravilhas, as capitãs contemporâneas?** In: Estudos Linguísticos (São Paulo. 1978), v. 49, n. 2, p. 982-999, jun. 2020.

PEZZI, Nathália. “LEPORE, Jill. A História Secreta da Mulher-Maravilha”. in: Cadernos de Clio, Curitiba, v. 10, nº. 1, 2019, p. 146-153.

SANTOS, Tamires Dias. **Theodor Adorno: uma crítica à indústria cultural.** Revista Trágica: estudos de filosofia da imanência, vol. 7, nº 2, 2014

SARDENBERG, Cecília. **O pessoal é político: conscientização feminista e empoderamento de mulheres.** Boston: Boston University, 2018.

SILVA, Joasey Pollyana; CARMO, Valter; RAMOS, Giovana. **As quatro Ondas do Feminismo: Lutas e Conquistas.** in: Revista de Direitos Humanos em Perspectiva, v. 7, nº 1, 2021.

O que é alienação para Karl Marx. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/alienacao-karl-marx/>>. Acesso em: 15 ago. 2022.

WEBER, Max. **Ensaio de Sociologia.** 5ªed. Rio de Janeiro, LTC Editora, 1982.

ZIRBEL, Ilze. **Ondas do Feminismo.** Campinas: Mulheres na Filosofia, v.7, nº2, 2021, p. 10-31.