

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

CATHERINE DALPIAZ ADAM

HIGHER. FURTHER. FASTER.
UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO FEMININA E DAS RELAÇÕES
EM CAPITÃ MARVEL.

PORTO ALEGRE

2019

CATHERINE DALPIAZ ADAM

HIGHER. FURTHER. FASTER.

UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO FEMININA E DAS RELAÇÕES
EM CAPITÃ MARVEL.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção de grau de Bacharela em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. André Iribure Rodrigues
Porto Alegre, __ de dezembro de 2019.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.

Prof.

Prof.

PORTO ALEGRE

2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, cujo esforço incessante me permitiu sempre ter as melhores oportunidades. Meu agradecimento especial ao meu irmão, que no decorrer deste trabalho, que suscita tantas dúvidas e tensões, sempre me alegrou e me entendeu. Outro agradecimento especial à minha gatinha, Dylan, que todos os dias ficou ao meu lado enquanto eu escrevia, me acompanhando madrugada adentro sempre que precisei.

Agradeço aos meus amigos, minha segunda família, pela confiança inabalável na minha capacidade de realizar este trabalho. E especialmente, agradeço ao meu amigo Alexandre, por ter me auxiliado neste processo inúmeras vezes quando tentei encontrar bibliografias mirabolantes que não estavam nas bibliotecas da UFRGS, quando precisei de um lugar calmo para escrever e quando deixei a ansiedade quase vencer, me acalmando e dizendo que tudo ficaria bem.

RESUMO

O presente trabalho busca compreender como Carol Danvers, super-heroína conhecida como Capitã Marvel, através da forma como é representada e das relações travadas com os demais personagens do longa, tensiona, desestabiliza, rompe ou negocia com o modelo heteronormativo hegemônico. Para isto, o primeiro capítulo realiza uma recapitulação da história da Marvel, empresa que criou a personagem, bem como analisa a empresa enquanto marca e como suas práticas corporativas influem nas narrativas construídas, com foco especial na sua unidade cinematográfica, responsável por filmes de grande sucesso atualmente. Neste capítulo os principais autores utilizados são Aaker (1998, 2015), Kotler (2010), Bueno (2015), Jenkins (2009) e Bedendo (2015). O capítulo seguinte aborda questões relacionadas aos estudos de gênero, investigando a construção do gênero e das identidades, movimentos feministas, relações de poder, estabelecimento de heteronormatividade, pedagogias culturais e representação das super-heroínas ao longo da história e nos primeiros anos do estúdio da Marvel. Este capítulo tem como principais autores Louro (1997, 2000), Scott (1995), Nicholson (2000), Petry (2011), Rodrigues (2008), Hall (1992), Frota (2012), Sabat (2003), Weschenfelder (2012) e Melo e Ribeiro (2015). O *corpus* do trabalho é composto pela produção audiovisual Capitã Marvel, em que cenas foram selecionadas de acordo com a relevância para a realização do estudo proposto. Os métodos utilizados para a constituição da análise foram Pesquisa Bibliográfica e Análise de Conteúdo. As considerações finais do presente trabalho permitiram observar que Carol é uma personagem cujo potencial tensiona e desestabiliza diversos estereótipos da representação feminina e das relações entre homens e mulheres, ainda que não promova um rompimento total do padrão de beleza hegemônico.

Palavras-chave: Gênero. Representação Feminina. Marvel. Super-Heroínas.

ABSTRACT

This project seeks to understand how Carol Danvers, a superheroine known as Captain Marvel, by the way she is represented and her relations with the other characters from the feature film, strains, destabilizes, breaks or deals with the hegemonic heteronormative standard. To achieve this, the first chapter does a recapitulation of Marvel's history, the company that created the character, as well as analyzes the company as a brand, and how its corporate practices influence on the built narratives, with special focus on its cinematic unit, responsible for blockbuster movies nowadays. In this chapter, the main used authors are Aaker (1998, 2015), Kotler (2010), Bueno (2015), Jenkins (2009) and Bedendo (2015). The next chapter addresses issues related to gender studies, inquiring gender and identity construction, feminist movements, power relations, heteronormativity establishment, cultural pedagogies, and female superhero representations through history and in Marvel studio's first years. This chapter has as its main authors Louro (1997, 200), Scott (1995), Nicholson (2000), Petry (2011), Rodrigues (2008), Hall (1992), Frota (2012), Sabat (2003), Weschenfelder (2012) and Melo and Ribeiro (2015). The project corpus is composed of the Captain Marvel audiovisual production, which scenes were selected according to their relevance for the completion of the proposed study. The methods used for the analysis constitution were Bibliographical Research and Analysis of Content. The final considerations of this paper allowed to observe that Carol is a character whose potential tensions and destabilizes several stereotypes of female representation and of the relationships between men and women, even if it does not promote a total rupture of the hegemonic standard of beauty.

Keywords: Gender. Female representation. Marvel. Female superheroes.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Formas para a criação de valor de marca.....	28
Figura 2 – Evolução do logotipo da Marvel.....	29
Figura 3 – Ororo Munroe, popularmente conhecida como Tempestade.....	70
Figura 4 – Kamala Khan, mais conhecida como Ms. Marvel, com seu hijab em volta do pescoço.....	71
Figura 5 – A Anciã, mentora de Doutor Estranho.....	74
Figura 6 – O Colecionador, personagem presente em Guardiões da Galáxia.....	75
Figura 7 - Personagens femininas reunidas em Vingadores: Ultimato. Da esquerda para a direita: Okoye, Valquíria, Gamora, Pepper Potts, Vespa, Mantis, Shuri e Nebulosa.....	75
Figura 8 - Valquíria, heroína presente em Thor: Ragnarok.....	76
Figura 9 - Personagens de Pantera Negra, da esquerda para direita: Shuri, Nakia, Okoye e Ramonda.....	76

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1.....	85
QUADRO 2.....	88
QUADRO 3.....	89
QUADRO 4.....	91
QUADRO 5.....	95
QUADRO 6.....	96
QUADRO 7.....	98
QUADRO 8.....	99
QUADRO 9.....	101

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 HIGHER! MARVEL: HISTÓRIA, MARCA E UNIVERSO CINEMATOGRAFICO.....	15
2.1 TIMELY, ATLAS, MARVEL: UMA HISTÓRIA DE ALTOS E BAIXOS.....	15
2.2 A MARVEL COMO MARCA: MULTIPLATAFORMA E TRANSMIDIÁTICA.....	18
2.2.1 Lógica de extensão de marca e narrativa transmídia: a força nas histórias.....	20
2.2.2 A marca ressignificada: uma nova relevância para os consumidores e para as empresas.....	22
2.2.3 <i>Brand Equity</i> : como a Marvel trabalha através dos níveis de consciência, associação e fidelização de marca.....	27
2.2.4 Bem-vindo à casa do Mickey: minha credibilidade é a sua credibilidade.....	31
2.3 UCM: A NOVA FORÇA MOTRIZ POR TRÁS DA MARVEL.....	42
3 FURTHER! GÊNERO, FEMINISMO, HETERONORMATIVIDADE E PEDAGOGIAS CULTURAIS.....	46
3.1 DOS MOVIMENTOS FEMINISTAS AO GÊNERO.....	46
3.2 RELAÇÕES DE PODER E O ESTABELECIMENTO DA HETERONORMATIVIDADE.....	54
3.3 PEDAGOGIAS CULTURAIS: A RELEVÂNCIA DA PRODUÇÃO CULTURAL PARA O TENSIONAMENTO E AFIRMAÇÃO DA HETERONORMATIVIDADE.....	61
3.4 ALGUMAS ARTICULAÇÕES: UMA REFLEXÃO ACERCA DAS REPRESENTAÇÕES DAS PERSONAGENS FEMININAS NO UNIVERSO CINEMATOGRAFICO DA MARVEL.....	66
3.4.1 História.....	66
3.4.2 A representação das personagens femininas nos primeiros dez anos de Universo Cinematográfico da Marvel.....	71
4 FASTER! UMA ANÁLISE DE CAPITÃ MARVEL.....	79

4.1 METODOLOGIA.....	79
4.2 QUEM É CAROL DENVERS?.....	80
4.3 A ESCOLHA DO CORPUS E CATEGORIAS SELECIONADAS PARA ANÁLISE...	83
4.4 ANÁLISE DAS CENAS DE CAPITÃ MARVEL.....	84
4.4.1 Representações.....	84
4.4.2 Relações.....	95
4.4.3 Análise conjunto das categorias propostas.....	103
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	108
BIBLIOGRAFIA.....	111
GLOSSÁRIO.....	113
APÊNDICE.....	114

1 INTRODUÇÃO

É inegável que o movimento feminista ganhou nova força no século XXI¹. Principalmente nos últimos 10 anos, observamos a emergência de campanhas variadas, de caráter nacional² e internacional³, que buscam visibilizar que a luta iniciada pelas sufragistas no final do século XIX não está perto de acabar, mas permanece forte e adiciona às suas pautas novas reivindicações todos os dias. Essas novas movimentações trouxeram visibilidade para causas como assédio sexual e desigualdade salarial, abordaram temas como representação feminina, apoiaram o aumento do número de mulheres em cargos de liderança e, acima de tudo, expuseram de maneira enfática as diferenças de tratamento às quais as mulheres são constantemente submetidas por causa de seu gênero todos os dias.

Sabemos hoje, pelos estudos feministas promovidos a partir da década de 1960, que a instituição das diferenças e desigualdades entre homens e mulheres é um processo que remonta a milhares de anos. Essas diferenças, justificadas principalmente através das distinções biológicas entre os sexos, pautaram toda a dinâmica que circunda a vida em sociedade, estipulando os comportamentos, profissões, relações e modos de ser adequados aos homens e às mulheres. Desta forma, à mulher foi atribuído o papel de cuidar da esfera privada; dos filhos e do marido, enquanto ao homem couberam os papéis políticos e ativos da sociedade, lógica que contribuiu para invisibilizar o sexo feminino e fortalecer relações de dominação-submissão.

Às feministas coube o questionamento desses papéis pré-estipulados aos sexos e, baseado nisso, vemos emergir estudos que buscam desconstruir amplamente noções pautadas no determinismo biológico, demonstrando que as diferenças e desigualdades eram originadas a partir da esfera social, da cultura e da vida em sociedade. Assim, surgiram conceitos que se tornaram imprescindíveis para o movimento, como a noção da construção do “gênero” como item distintivo ao “sexo”, a formação das identidades, a existência de relações de poder e, sobretudo, a estipulação da heteronormatividade, que se consolidou como o padrão gênero-sexo “correto” aos indivíduos. Tais conceituações se mostraram de suma importância para que as feministas pudessem compreender as opressões, invisibilizações e imposições às quais eram submetidas constantemente e assim pudessem iniciar movimentações objetivando a desconstrução desse sistema perpetrador de desigualdades e diferenças.

¹ Para mais informações, acessar <https://istoe.com.br/revolucao-feminista/>

² Para mais informações, acessar <https://epoca.globo.com/ideias/noticia/2014/02/bnova-lutab-das-mulheres.html>

³ Para mais informações, acessar <https://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2018/01/19/metoo-e-times-up-entenda-as-iniciativas-da-hollywood-contra-o-assedio.htm>

Tal desconstrução seguiu, posteriormente, por uma vertente que aproximou pensamentos pós-estruturalistas de pensamentos feministas, sendo que as estudiosas que trabalharam com ambos os conceitos tomaram como base necessária para a modificação dos paradigmas implodir a lógica dicotômica que era inerente ao sistema heteronormativo. Desta forma, estas feministas apoiavam que o sistema binário, ao invés de se mostrar universalizado e único, tornava-se um limitador de identidades, pois não reconhecia as nuances dos indivíduos, entrecruzadas por diversas esferas culturais, pluralizadas e, desta forma, descentralizadas. Essa nova abordagem possibilitou o tensionamento dos padrões hegemônicos e a emergência de novas representações acerca dos indivíduos.

Tanto as novas representações originadas destes tensionamentos quanto as representações enquadradas no padrão hegemônico vigente são perpetuadas através de um sistema caracterizado por esferas formais e informais de construção dos sujeitos. As esferas formais concernem a estruturas como a escola e à família, por exemplo, que são os primeiros pontos de contato que o sujeito tem com padrões reguladores diversos. Ao vestir uma menina de rosa e ao estipular o futebol como um esporte masculino, entre tantos outros exemplos, são inseridas significações por estas instituições que iniciam a construção do que significa ser homem e ser mulher. A estas esferas tradicionais, soma-se a existência de esferas informais, caracterizadas por produtos culturais variados, que também disseminam e reforçam estereótipos em torno dos corpos femininos e masculinos. Os produtos culturais como programas de TV, séries, videogames e filmes se mostram grandes “potências pedagógicas” na medida em que educam os sujeitos através do entretenimento, estando presentes no cotidiano de todas as pessoas, utilizando estruturas que educam de maneira despojada e prazerosa.

Na medida em que as representações são construídas e reguladas através de Pedagogias Formais e Pedagogias Culturais, as novas reivindicações dos movimentos feministas atuais procuram também espaço para se inserir nestes meios, a fim de estimular representações positivas e criticar estereótipos hegemônicos que circundam as mulheres. Portanto, sendo os meios de entretenimento relevantes para a construção dos sujeitos, estas novas representações reivindicadas têm o potencial para auxiliar na superação do sexismo estruturante presente na sociedade, um dos grandes objetivos do feminismo.

É dentro deste contexto que é possível observar o surgimento de produções audiovisuais, um dos objetos culturais citados como fonte reguladora de identidades, cujas personagens femininas vêm progressivamente sendo representadas de maneira mais diversa e desconectada dos estereótipos hegemônicos, denotando a tendência emergente que incentiva a desconstrução e

pluralização das representações das mulheres. Essas novas representações, embora existentes em gêneros diversos, se fazem mais facilmente observáveis em áreas cujo protagonismo é majoritariamente masculino, a exemplo dos filmes de super-heróis. Não por acaso, é exatamente neste gênero que está alocado o filme de protagonismo feminino de maior sucesso de 2019, denominado Capitã Marvel.

O filme, lançado no dia 8 de março de 2019, estipulado como o Dia Internacional da Mulher, conta a história de autodescobrimento da heroína Carol Danvers e nos permite enxergar uma protagonista de personalidade forte e decidida, que suscita reflexões sobre a necessidade de revisão das fórmulas preexistentes que relegam as mulheres a papéis padrão, como a “mocinha em perigo” ou o “interesse amoroso” do protagonista masculino. A análise realizada a partir do título permite observar estranhamentos no que condiz a representação típica das mulheres em filmes de super-herói, fato que surpreendeu positivamente a autora, pois, enquanto fã do Universo Cinematográfico da Marvel, esta nunca havia visto nos filmes anteriores tensionamentos tão tangíveis por parte das personagens femininas que, deve ser acrescentado pela autora, nunca haviam sido protagonistas. Desta forma, o filme permitiu um novo olhar sobre a feminilidade que se mostrou mais do que bem-vindo dentro deste gênero, mas necessário, e que repercutiu em um sucesso de bilheteria de mais de US\$ 1,1 bilhão de dólares mundialmente.

Se, enquanto mulher e fã da Marvel, a aparição da primeira protagonista feminina deste universo expandido já havia suscitado a curiosidade da autora, enquanto pesquisadora, esta se viu especialmente “fisgada” pela possibilidade de estudar uma obra que trabalha como precursora dentro de um universo majoritariamente masculino como é o dos super-heróis, não só no que condiz aos personagens, mas também ao público-alvo. Tornou-se, portanto, especialmente importante analisar como este filme, cuja equipe criativa foi composta pelo maior número de mulheres existente dentro de uma produção audiovisual da Marvel, poderia ser avaliado dentro dos estudos de gênero, por uma perspectiva acadêmica.

Exposto isso, o **objetivo geral** do presente trabalho é compreender de que forma Carol Danvers, mais conhecida como Capitã Marvel, através da sua representação e das relações travadas com os demais personagens do título, tensiona, desestabiliza, rompe ou negocia com o modelo heteronormativo hegemônico, a partir de uma perspectiva centrada nos estudos de gênero. Os **objetivos específicos** que guiarão o estudo são os seguintes: 1. Realizar um retrospecto da Marvel enquanto empresa e marca para compreender como se deu a emergência de um conteúdo relacionado à representação feminina dentro da organização; 2. Elencar cenas específicas do produto audiovisual para pensar sobre questões concernentes ao estudo de gênero; 3. Analisar as

cenar escolhidas, observando pontos específicos relacionados à forma como a protagonista se relaciona e é representada, e, a partir do referencial teórico, investigar se as cenas selecionadas tensionam ou reforçam estereótipos ligados à representação feminina e ao modelo heteronormativo.

Para o cumprimento dos objetivos acima citados, foi analisada a produção audiovisual denominada Capitã Marvel e cinco capítulos foram estruturados. A presente introdução apresentou o contexto, a justificativa para a escolha do tema, os objetivos que cercam o trabalho e os autores utilizados ao longo dos capítulos produzidos. No segundo capítulo, a autora realiza um retrospecto da história da Marvel enquanto empresa, recapitulando sua fundação e seguindo até os dias atuais. Após a retrospectiva, busca observar a marca Marvel por uma abordagem mercadológica, utilizando conceituações relativas ao universo do marketing, objetivando compreender a estrutura da empresa e como suas características corporativas influem no conteúdo que ela cria e propaga. Após isto, a autora do presente estudo se atém especificamente ao Universo Cinematográfico da organização, sua divisão de maior importância atualmente, buscando observar os aspectos-chave das narrativas que contribuem para os grandes sucessos de bilheteria que a Marvel vem obtendo nos cinemas, do qual Capitã Marvel faz parte. É importante ressaltar que foi considerado pertinente iniciar a explanação do trabalho pelo fator mercadológico e, por consequência, estudando a Marvel, por ser considerado que a análise do objeto só existe e é possibilitada porque a empresa possui, em sua gênese, um apego a questões sociais que a acompanha desde sua fundação, tornando este fator pertinente de exposição face ao objetivo geral deste trabalho de conclusão de curso. Para este capítulo, os autores utilizados foram Aaker (1998, 2015), Kotler (2010), Bueno (2015), Jenkins (2009) e Bedendo (2015).

O terceiro capítulo revolve em torno dos estudos de gênero, sendo que seu início é focado em uma recapitulação dos movimentos feministas, da construção do gênero e das identidades. Após isto, a autora se dedica a explicar a dinâmica das relações de poder e do estabelecimento da heteronormatividade que, por si, resulta na existência de diferenças e desigualdades entre homens e mulheres. A fortificação destas relações ocorre através de esferas formais e informais de educação dos sujeitos, sendo que aqui é salientado especificamente o papel das Pedagogias Culturais dentro dessa construção. Por último, é realizado um compêndio acerca da representação das heroínas nas histórias em quadrinhos, perpassando questões relacionadas à perspectiva pós-estruturalista e estudos *queer*, finalizando com uma breve análise relacionada às personagens femininas, nos primeiros 10 anos, dentro do Universo Cinematográfico da Marvel. Os autores utilizados neste capítulo foram Louro (1997, 2000), Scott (1995), Nicholson (2000), Petry (2011), Rodrigues (2008), Hall (1992), Frota (2012), Sabat (2003), Costa e Andrade (2015), Weschenfelder (2012), Melo e Ribeiro (2015), entre outros.

O quarto capítulo é dedicado à metodologia e análise, fazendo uso dos procedimentos de Pesquisa Bibliográfica, cuja fundamentação teórica se deu através de Stumpf (2012) e Gil (2008), e Análise de Conteúdo, com breves conceituações de Rodrigues (2008) e Frasnelli (2018). A técnica escolhida para a realização da Análise foi proposta por Rodrigues (2008), sendo composta por uma decupagem técnica realizada em duas tabelas. O quinto capítulo, por fim, corresponde às considerações finais e retoma conceituações dos capítulos anteriores para embasar uma reflexão geral acerca do trabalho.

2 HIGHER! MARVEL: HISTÓRIA, MARCA E UCM

2.1 TIMELY, ATLAS, MARVEL: UMA HISTÓRIA DE ALTOS E BAIXOS

Nono filho de uma família de 13 irmãos, Martin Goodman, nascido em Nova York, traçou um longo caminho até se tornar o fundador do que hoje conhecemos como Marvel Entertainment. Vivendo no Brooklyn com sua numerosa família, logo se viu forçado a largar a escola e juntar-se à força de trabalho para auxiliar seus pais. Entre empregos estranhos, a grande paixão de Martin eram as revistas, sendo que ele possuía o hábito de recortar notícias de títulos variados e remontá-las da maneira como ele acreditava que estariam melhor dispostas, o que já mostrava sua propensão ao mundo das publicações.

Ao sair de casa na década de 20, Goodman decidiu viver a vida nos “trilhos”, rodando os Estados Unidos, lutando para se sustentar. Com 20 anos, retornou para Manhattan com o conhecimento que adquiriu dos seus dias de viajante e decidiu colocá-lo para uso no ramo que apreciava: o das publicações. Arranjando um emprego na *Eastern Distributing Corporation*, uma distribuidora nacional de grande porte para mais de 30 revistas e *pulps*, conheceu Louis Silberkleit, seu maior mentor e futuro fundador de outra gigante dos quadrinhos, a Archie Comics. Ao aprender o ofício com outros profissionais do setor, Goodman moldou as práticas comerciais e gerenciais que o auxiliariam na gestão do que seria a futura Marvel Comics.

Segundo Blake Bell e Michael J. Vassallo, autores do livro *The Secret History of Marvel Comics*, de 2013, Goodman não era um homem criativo e não há indícios de que, em qualquer momento da sua vida, tenha escrito uma história para suas revistas em quadrinhos e *pulps*⁴. De fato, embora não criasse, o fundador da Marvel possuía grande apreço por histórias do gênero de faroeste e era um grande fã das revistas *pulp*, cujo custo de produção era mais barato devido à utilização de papel grosseiro e de baixa durabilidade e suas histórias possuíam enredos simples, de fácil entendimento, voltadas para as massas menos letradas. Este gosto singular ditou muito do seu *modus operandi*⁵ como homem de negócios. Goodman não estava interessado em bons enredos ou em aumentar a qualidade de suas publicações, tudo o que lhe interessava era a venda de suas

⁴ Segundo o site Homoliteratus, as revistas *pulp* são originárias do final do século XIX, nos Estados Unidos. Têm esse nome por causa do papel grosseiro, de polpa pouco prensada. Eram vendidas em lojas e tabacarias como uma alternativa mais barata, possuíam enredos simples, de gêneros diversos e levemente sensacionalistas. (Disponível em: <<https://homoliteratus.com/pulp-magazine-uma-alavanca-para-a-ficcao-cientifica/>>.)

⁵ Expressão latina que significa “maneira de praticar uma operação ou de desenvolver determinada atividade”.

revistas baratas e sem enredo cativante objetivando lucro rápido, o que acabou por incentivar uma série de atitudes corporativas de caráter bastante duvidoso, o que acabou retardando sua entrada no mercado dos quadrinhos.

Após certa relutância devido ao seu favoritismo aos *pulps*, que continuou produzindo, seu *debut* oficial nos quadrinhos finalmente ocorreu em 1939, com o lançamento do título *Marvel Comics #1* através da editora Timely Comics. A edição trazia a primeira aparição do herói Tocha Humana e do seu antagonista, Namor, o príncipe submarino. Seu subsequente sucesso incentivou a criação de outros super-heróis, tema este que estava ascendendo entre a população, enquanto paralelamente Goodman notava que as revistas *pulps* estavam perdendo a popularidade. Em 1941, Capitão América faz sua primeira aparição, acompanhando o contexto histórico da Segunda Guerra Mundial, abrindo as portas para a criação de novos heróis, muitos deles surgindo como uma reação a acontecimentos históricos da época e movimentos sociais.

Goodman possuía uma grande política de descentralização dentro da sua empresa, um legado de seus mentores, que impossibilitou, por muitos anos, a construção e o fortalecimento de uma marca unificada em torno das suas publicações. O fundador tinha por hábito publicar seus títulos através de “editoras variadas”, todas sediadas no mesmo local e geridas pelos mesmos funcionários, mas com nomes diversos. A própria Timely Comics, que assinou a primeira publicação de uma história da Marvel, teve curta duração, uma vez que, na década de 50, Goodman passou a assinar os quadrinhos da empresa sob o nome Atlas Comics. A principal razão para esta ação se dava para “proteger” seu patrimônio, pois se uma das editoras decretasse falência por dificuldades financeiras, outra das editoras de Goodman comprava os direitos de veiculação dos heróis da empresa falida e assim dava continuidade aos títulos. Esta prática era tão corriqueira que nem mesmo as revistas em quadrinhos se mantinham a salvo. Era comum o fundador modificar os nomes dos títulos ao longo de suas tiragens, a exemplo do segundo volume da história da *Marvel Comics*, que passou a se chamar *Marvel Mystery Comics #2*, dificultando assim o estabelecimento de uma relação de reconhecimento entre o consumidor e as histórias veiculadas.

A insistência de Goodman de gerir seus negócios visando lucro rápido causava constantes atritos entre ele e seus funcionários. O fundador adotava práticas que dificultavam o pagamento de escritores e ilustradores, modificava os nomes de títulos e personagens e publicava histórias como “originais”, não dando o devido crédito aos criadores, republicava histórias antigas sem nenhum aviso, levando os consumidores a crer que estavam comprando histórias novas, plagiava enredos e personagens de outras editoras e explorava tendências ao limite da exaustão, inundando o mercado de publicações praticamente iguais. A despeito destas práticas, escritores e ilustradores não se viram

impedidos de criar grandes super-heróis e deixar um legado que permanece vivo e forte até os dias de hoje. Para competir contra a DC Comics e seus personagens consagrados como, por exemplo, Superman, Mulher Maravilha e Batman, a Marvel apostou na década de 60 na criação de heróis mais relacionáveis e enquadrados em uma sociedade mais semelhante à nossa. Os personagens eram guiados por razões humanas, cometiam erros, sentiam raiva, culpa, luto e tristeza, o que os deixava mais passíveis de identificação e mais próximos aos consumidores. Nesta década originaram-se grandes títulos como Quarteto Fantástico, Homem-Aranha, Homem de Ferro, X-Men e os próprios Vingadores.

Goodman vendeu todas as suas empresas de publicação para a *Perfect Film and Chemical Company* em 1968 e permaneceu como editor até se aposentar em 1972. Em 1973 a empresa finalmente foi unificada através do nome *The Marvel Comics Group* e passou a ser gerida segundo novos princípios no ramo das publicações, deixando para trás suas práticas contraproducentes e atrasadas dos anos iniciais das editoras. Nas décadas seguintes, a Marvel trabalhou arduamente na criação de novos personagens a partir de uma nova geração de escritores e editores que passou pela empresa, fortalecendo a diversidade de seus personagens e consolidando seu nome como líder de mercado.

Após anos de estabilidade, no início da década de 90 a empresa esbarrou em graves dificuldades financeiras. Milhares de impressões estavam paradas nas prateleiras, devido à ascensão dos videogames, e mesmo relançamentos de personagens consagrados, como os X-Men, não auxiliaram a empresa a reverter o quadro. Arriscando-se a entrar no negócio de brinquedos e merchandising, que também não rendeu frutos, surgiu uma declaração de falência em 1996⁶. Para manter a companhia viva, a saída foi licenciar diversos heróis para todo o tipo de mídia e produtos, visando ampliar a visibilidade dos personagens da empresa e da marca, o que se mostrou uma tática imprescindível para estabilizar a situação econômica da empresa, que agora precisava traçar novos planos de ação para reerguer-se das cinzas.

Com a contratação de Peter Cuneo⁷ como novo CEO, a nova estratégia adotada para auxiliar a Marvel a prosperar novamente estava baseada em três pilares: ampliação da presença internacional, produção de animações para a televisão e produção de filmes. Ao observar o sucesso de filmes como X-Men e Homem-Aranha, lançados pela Fox e pela Sony, respectivamente, no

⁶ Para mais informações, acessar <<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2019/04/25/o-ultimato-da-marvel-de-falida-a-multibilionaria.html>>

⁷ Peter Cuneo é um empresário norte-americano. Seu escopo é especificamente direcionado para empresas que estão sofrendo de problemas financeiros, auxiliando-as a sair do período de “estresse”. Antes de ser CEO da Marvel, papel que desempenhou de 1999 a 2009, Peter também foi CEO e presidente de outras empresas famosas, como a Black & Decker, por exemplo. Para mais informações, acessar <https://www.policefoundation.org/team_detail/peter-cuneo/>

início da década de 2000, a Marvel viu a opinião de seu CEO corroborada pelo sucesso de bilheteria e crítica, decidindo estudar a criação de uma unidade de cinema. Kevin Feige foi contratado para iniciar o setor e optou por abrir um estúdio próprio, no lugar de negociar franquias. Com um empréstimo de US\$ 525 milhões, cedido pelo banco Meryll Linch, a Marvel Studios foi fundada e Feige nomeado seu presidente. Aos poucos, a Marvel foi recuperando os direitos dos seus personagens que haviam sido vendidos para outras empresas como Sony, Fox e Lionsgate durante a crise financeira da década de 90 e, com a recuperação do Homem de Ferro, o projeto de um universo cinematográfico começou a ser posto em prática. Homem de Ferro, o primeiro filme do estúdio lançado em 2008, que inicialmente foi distribuído pela Paramount Pictures, fez US\$ 585 milhões em bilheteria mundial, dando início a um novo modelo de negócios que previa a inserção de diversos heróis em um mesmo universo compartilhado, possibilitando aventuras solo e aventuras conjuntas.

Seu grande sucesso suscitou o interesse da Walt Disney Company que, em 2009, comprou a Marvel Entertainment por US\$ 4 bilhões⁸. Após esta aquisição, a Marvel se tornou uma das divisões cinematográficas mais lucrativas da Disney, carregando consigo recordes significativos em seu portfólio, com 23 filmes produzidos, 22 bilhões de dólares em bilheteria mundial, “Vingadores: Ultimato” como o filme de maior bilheteria de todos os tempos, incontáveis séries, videogames, brinquedos e diversos produtos licenciados, fazendo dela um verdadeiro império e constituindo o que hoje conhecemos por UCM, ou Universo Cinematográfico da Marvel, compartilhado por todos os super-heróis da marca.

2.2 A MARVEL COMO MARCA: MULTIPLATAFORMA E TRANSMIDIÁTICA

Embora o ano oficial de sua fundação seja 1939, com a estreia da primeira história em quadrinhos publicada pela Timely Comics (futura Marvel Comics) chamada *Marvel Comics #1*, a política de descentralização de Goodman tornou difícil, se não impossível, reconhecer a editora de quadrinhos como uma marca devido à grande quantidade de razões sociais que o empresário utilizava para publicar seus títulos. De Timely Comics na década de 40, para Atlas Comics na década de 50, como vimos anteriormente, a necessária padronização só foi possibilitada após a aposentadoria de Goodman, em 1972.

⁸ Para mais informações, acessar <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,disney-compra-a-marvel-em-operacao-de-us-4-bilhoes,427667>

Tendo sido renomeada como *The Marvel Comics Group* um ano após o acontecimento acima citado, a empresa se viu com um nome adequado sob o qual poderia reunir todos os seus heróis consagrados. Ainda assim, nas décadas de 70 e 80, como nova líder de mercado, a companhia permaneceu focada na criação e experimentação artística, utilizando contextos históricos e sociais para ampliar a diversidade dos seus heróis, originando personagens como Pantera Negra, Luke Cage, Shang Chi e She-Hulk, praticando um estilo de gestão mais direcionado para o produto e para os clientes, bastante característicos da respectiva época, que ainda não priorizava adequadamente a valorização da marca.

Somente na década de 90, com graves problemas financeiros, a gestão de marca passou a ser trabalhada pela Marvel, ainda que em modo emergencial. Como ressaltado anteriormente, a empresa optou por licenciar seus personagens consagrados para diversos tipos de mídia, aumentando a visibilidade e presença da marca em diversos canais, gerando o capital necessário para salvar o negócio. É possível depreender, a partir deste contexto, que a gestão de marca da Marvel iniciou-se, de fato, de maneira bastante única, pois não nasceu decorrente da necessidade de diferenciação do seu produto diante de um novo contexto tecnológico e globalizado que permitiu a expansão de mercados e maior oferta de produtos, e sim da necessidade de sobrevivência diante de uma situação de falência decretada.

Por sorte, o contexto histórico a favoreceu, pois, segundo Kotler (2010), em seu livro *Marketing 3.0*, os conceitos de marketing foram evoluindo ao longo do tempo, partindo da simplista gestão do produto, nas décadas de 1950 e 1960, para a gestão do cliente nas décadas de 1970 e 1980, vendo a gestão de marca ser finalmente incluída ao campo nas décadas de 1990 e 2000, o momento de maior fragilidade da Marvel. A empresa, que operou por muitos anos segundo as lógicas de marketing antigas, a exemplo da gestão de Goodman, que se preocupava majoritariamente em inundar o mercado com a maior quantidade possível de títulos, se viu praticamente forçada por fatores econômicos a aderir a este novo modelo de gestão, que acabou por auxiliar na sua estabilização, ocorrida no início dos anos 2000, salvando-a da falência.

Embora a venda de seus personagens para outras empresas tenha gerado capital suficiente para manter-se de pé, vimos que era necessária a estruturação de um novo plano de ação que enquadrasse a Marvel no novo contexto do século XXI. Como observaremos a seguir, este plano se baseará em alguns aspectos chave, que buscaremos explicar mais detalhadamente para procurar entender como a empresa buscou estruturar o seu *branding*, conceito que será melhor retratado posteriormente, visando evoluir após sua quase falência.

2.2.1 Lógica da extensão de marca e narrativa transmídia: a força nas histórias

No início da década de 2000, o sucesso estrondoso de títulos como X-Men e Homem-Aranha, que arrecadaram US\$ 300 milhões e US\$ 850 milhões de dólares a nível mundial, respectivamente, e foram lançados por estúdios como Fox e Sony, desencadeou uma verdadeira febre em torno do gênero dos super-heróis. Esta febre também proporcionou o lançamento de “Batman Begins”, em 2005, e “Superman Returns”, em 2006, outros dois grandes sucessos de bilheteria compostos pelos heróis da DC Comics, a maior concorrente da Marvel, permitindo ao mercado observar a emergência da popularização do tema no meio audiovisual, devido à sua frequente recorrência e seus altos números de bilheteria.

Ao observar a boa performance de seu conteúdo (pela mão de outras empresas), a Marvel passou a estudar a exploração de suas narrativas, seu maior forte, em outras mídias além dos quadrinhos, um *upgrade* mais do que necessário devido ao crescimento de novos meios tecnológicos que possibilitaram às pessoas novos meios de consumir e de se entreter. Para esta transposição funcionar, a empresa baseou-se no que tinha de mais forte: suas histórias e seus heróis consagrados. Assim, seu projeto passou a se basear na presença em diversos canais através da utilização de suas narrativas já existentes no universo dos quadrinhos e, tendo sido demonstrado o bom desempenho do meio audiovisual, a lógica direcionou a empresa para o caminho do cinema.

Embora tenhamos observado ao longo da história do cinema a construção de grandes sagas como “Star Wars”, “Indiana Jones” e “007”, por exemplo, podemos observar que todas operavam de forma a conectar seus filmes somente diante de sequências, ousando adicionar seus personagens em outros títulos no máximo através de *cameos*⁹. O projeto da Marvel Studios, embora ambicionasse utilizar o recurso das sequências para seus títulos, possuía uma grande singularidade: através de um universo compartilhado, previa a existência de títulos *crossovers* entre seus personagens e também possibilitava a participação de heróis como coadjuvantes dentro de histórias de outros heróis. A proposição desta nova dinâmica compunha o tipo de ideia nunca antes materializada dentro da indústria cinematográfica.

Jenkins (2009), um dos autores que buscou teorizar sobre as modificações mercadológicas, comportamentais e culturais ocasionadas pelo modelo de marketing ligado à gestão de marca, construiu dois conceitos importantes em seus estudos que são fundamentais para compreender este primeiro aspecto da estratégia da Marvel: a lógica da extensão de marca e a narrativa transmídia.

⁹ Uma parte pequena, mas perceptível, de um filme ou peça, interpretada por um ator famoso.

Para Jenkins (2009), a lógica da extensão de marca funciona baseada no pressuposto de que as marcas obtêm sucesso ao explorar pontos de contatos múltiplos entre marca e consumidor. Portanto, “a experiência não deve ser contida em uma única plataforma de mídia, mas deve estender-se ao maior número possível delas.” (JENKINS, 2009, p. 105). Esta proposição de experiência multiplataforma possibilita ao consumidor encontrar a organização em um maior número de canais, fator imprescindível para a Marvel expandir a presença de marca e conseguir se recapitalizar. Ainda assim, o que cativa o consumidor e gera o que Jenkins (2009) chama de “capital emocional” são as experiências vividas através das narrativas, que devem gerar associações que incentivam a identificação do consumidor com a marca. Segundo Jenkins:

Cada vez mais, as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única mídia. O universo é maior do que o filme, maior, até, do que a franquia – já que as especulações e elaborações dos fãs também expandem o universo em várias direções. (JENKINS, 2009, p. 157)

Desta forma, podemos observar que ambos os conceitos convergem para atuar de maneira conjunta. Uma experiência multiplataforma efetiva não funciona sem a criação de uma narrativa coerente, e esta, por sua vez, pode se adaptar para apresentar novos aspectos de si ao explorar as diferentes vantagens de cada tipo de mídia. Este tipo de abordagem estende a vida útil de histórias, produtos e franquias inteiras, uma vez que ampliamos o potencial das narrativas.

Com um imenso portfólio de personagens consolidados no imaginário dos consumidores e aproveitando-se da nova onda de popularidade dos heróis ocasionada pelos filmes já lançados por outras produtoras de cinema, a Marvel criou um estúdio próprio, recuperou os direitos da maior parte de seus heróis e transcendeu as páginas dos quadrinhos diretamente para as telas de cinema, lançando Homem de Ferro, em 2008, o primeiro filme do seu novo universo cinematográfico que gerou meio bilhão de dólares em bilheteria e que posteriormente seria compartilhado por muitos dos seus heróis. Assim, podemos concluir que a empresa buscou utilizar em sua estratégia estes dois conceitos em funcionamento concomitante objetivando fortificar seu *branding* através da utilização de mídias mais popularizadas para ampliar a sua presença e apostar na criação de um universo

compartilhado através das suas narrativas mais famosas, ideia que nunca havia sido plenamente explorada dentro do cinema anteriormente.

2.2.2 A marca ressignificada: uma nova relevância para os consumidores e para as empresas

Sendo sua estratégia de reconstrução pautada pela presença em diversas plataformas e seu conteúdo sendo adaptado para diversas mídias audiovisuais, o subsequente sucesso da franquia cinematográfica, iniciada com “Homem de Ferro”, possibilitou a transcendência dos personagens da Marvel para outras plataformas. Sua presença se estendeu também para a televisão, através da série “Agentes da S.H.I.E.L.D.”, veiculada atualmente no canal ABC, plataformas de *streaming*, através dos títulos “Jessica Jones”, “Demolidor”, “Luke Cage” e “Punho de Ferro”, presentes na Netflix, videogames, com o lançamento de títulos como “*Ultimate Marvel vs. Capcom*” e “*Marvel’s Spider Man*”, e produtos licenciados da marca, denotando sua valorização globalmente como nunca antes na história da empresa.

Esta valorização, embora altamente relacionada com suas novas frentes de atuação, foi fortemente auxiliada devido ao contexto histórico da época, pautado pelo avanço da tecnologia e, conseqüentemente, da globalização, que quebrou as barreiras das distâncias e proporcionou novos níveis de interações entre indivíduos e mercados. Este novo contexto permitiu uma série de modificações na forma como indivíduos interagem, formam opiniões e consomem. Com a oferta de produtos e serviços agora estendida a escalas globais, foi possível observar o que poderíamos chamar de complexificação dos consumidores, uma vez que estes adquiriram acesso a mais opções e estão expostos a um maior número de opiniões e informações na internet. Como consequência, vimos as empresas buscarem se ajustar a este mercado emergente, também complexificando sua comunicação e suas ofertas. Bedendo (2015), autor do livro “Branding Para Empreendedores”, busca entender esta nova relação existente entre as marcas e consumidores decorrente deste novo modo de consumo e destaca que “é inegável que hoje as marcas têm funções muito maiores do já representaram no passado. Portanto, é imprescindível que se compreenda a importância que ela tem na sociedade atual” (BEDENDO, 2015, p. 21).

Objetivando compreender a extensão dessa nova relevância, tanto pela ótica da empresa, quanto dos consumidores, Bedendo (2015) também salienta que a marca tornou-se um elemento que

assumiu duas funções de suma importância para as pessoas: ela reduz os riscos inerentes ao processo de compra e assume diversos papéis durante o consumo do produto ou serviço escolhido.

Nos atendo à primeira função da marca descrita por Bedendo (2015), o autor cita dois fatores como causadores principais deste efeito: o primeiro é a oferta de um padrão de qualidade no qual espera-se a repetição de uma boa experiência e o segundo é o efeito de consumo em massa, pois presume-se que se uma marca é bastante conhecida, grande quantidade de pessoas já utilizou de seus produtos ou serviços e tornou a fazer a mesma escolha.

Na sua segunda função, o autor nos diz que o consumo de determinada marca pode trazer “benefícios funcionais, emocionais e de autoexpressão, que aumentam a satisfação do consumidor ao utilizar a mercadoria ou serviço” (BEDENDO, 2015, p. 21), sendo que tais benefícios não funcionam de maneira isolada, mas sim em conjunto, sendo experienciados pelos clientes em níveis diversos. Mas o que significam tais benefícios?

Os benefícios funcionais estão relacionados às características físicas dos produtos e serviços ofertados, sendo considerados o tipo de benefício mais relevante quando o marketing estava orientado para a gestão do produto, nas décadas de 40 e 50. Este benefício é assinalado como o mais simples porque o advento da globalização e da tecnologia fez com que a grande quantidade de produtos comercializada possuísse funcionalidades muito semelhantes, tornando suas qualidades físicas pouco atraentes para auxiliar na divulgação e diferenciação de um produto.

A partir deste acontecimento, se fez necessária a criação de outros níveis de benefícios que teriam como proposição ir além das funcionalidades óbvias dos produtos; que pudessem amparar a divulgação e auxiliar adequadamente na diferenciação. Estes novos níveis são citados pelo autor como os benefícios emocionais e os benefícios de autoexpressão. Os benefícios emocionais “estão ligados intimamente à sensação que o consumidor deve ter ao utilizar um produto ou serviço” (BEDENDO, 2015, p. 25), ou seja, é o benefício relacionado explicitamente a que tipos de emoções desejamos suscitar nos clientes dos produtos/serviços que veiculamos, pois assim, é adicionado um valor extra à proposta funcional. Outra forma de acrescentar valor a um produto é através dos benefícios de autoexpressão, pois “são aqueles que permitem a um consumidor demonstrar mais de sua personalidade para outras pessoas com o uso de determinadas marcas” (BEDENDO, 2015, p. 27). Esta relação mostra-se, para o autor, uma das mais íntimas que o consumidor pode ter com um produto, serviço ou empresa, uma vez que o mesmo pega os valores da marca e os utiliza como um elemento que mostra parte de sua personalidade como pessoa.

A partir dos conceitos explanados acima por Bedendo (2015), Aaker (1998) elucida para o leitor, neste novo contexto, que é fundamental passar a considerar a marca como um ativo. Segundo o autor “um ativo é algo que a empresa possui, tal como o nome de uma marca ou ponto de venda, superior ao daquele da concorrência” (AAKER, 1998, p. 14), ou seja, um ativo corresponde a uma qualidade existente e presumida como superior pela empresa que pode ser utilizada a seu favor e destacá-la dos demais concorrentes. Ao posicionar a marca como um ativo, ela é ressignificada e torna-se tão importante quanto os bens físicos possuídos por uma empresa como fator gerador de valor e de diferenciação. Aaker (2015) ainda ressalta que esta proposição também altera as percepções sobre marketing e gestão de marca, uma vez que suas funções passam “do tático e reativo ao estratégico e visionário” (AAKER, 2015, p. 20).

Os ativos e práticas adequados podem impor barreiras às investidas dos concorrentes, permitindo a persistência da vantagem competitiva no tempo e, assim, lucros de longo prazo. Os desafios são identificar ativos e práticas-chave sobre os quais a empresa possa basear a sua vantagem competitiva, para desenvolvê-la e mantê-la, e para usá-la com eficácia. (AAKER, 1998, p. 14)

Esta concepção a respeito dos ativos nos permite enxergar de maneira mais ampla suas vantagens. Também torna-se possível compreender que, embora a marca seja ressignificada como um ativo, sua atuação não se dará isoladamente, mas sim em conjunto com os demais ativos possuídos pela empresa de maneira estratégica.

A partir dos conceitos explicados acima, é possível enxergar os benefícios funcionais, emocionais e de autoexpressão citados por Bedendo (2015) também de uma nova maneira. Enquanto os benefícios funcionais se mostram como ativos facilmente avaliáveis por seu caráter tangível, vemos sua utilidade para o marketing ser substancialmente reduzida pela alta oferta de produtos e serviços com características semelhantes. Enquanto isso, vemos os benefícios emocionais e de autoexpressão se tangenciarem em um sentido um tanto quanto oposto aos funcionais, pois buscam se relacionar com níveis complexos e intangíveis relacionados a psique do ser humano, sendo seus valores de difícil mensuração física, o que os torna ativos intangíveis. Estes ativos são considerados por Aaker (1998) os mais importantes justamente por seu potencial

qualificativo que trabalha no nível da subjetividade humana, que hoje se mostra mais adequada para a conquista dos consumidores do que a divulgação das meras vantagens físicas dos produtos. Bueno (2015), autor que busca explicitar a importância dos ativos pela lógica da área de relações públicas, salienta que

O ativo intangível incorpora uma mescla de competências individuais (conhecimento e capacitações), competências organizacionais (base de dados, tecnologias, rotinas e cultura) e relacionais (rede de relacionamentos, reputação, lealdade) não reconhecidas como ativos sob a ótica contábil, mas percebidas como tal por clientes, fornecedores, acionistas e investidores. (apud Domeneghetti e Meir, 2009, p. 3-4)

A partir da explanação dos autores, podemos verificar que o sucesso da Marvel, ratificado principalmente pelos seus números bem sucedidos de bilheteria¹⁰, embora pautado por uma estratégia vinculada ao uso de multiplataformas e narrativas transmidiáticas, necessitava adicionar à sua proposta tangível, ou seja, seu conteúdo, um valor extra que fortificasse o estabelecimento de conexões entre seus consumidores e a marca. Ou seja, que unisse de maneira mais concisa seu valor tangível com os demais valores intangíveis possuídos pela Marvel.

A esta junção de ativos tangíveis e intangíveis, buscando ofertar uma marca diferenciada, podemos denominar *branding*. Segundo Aaker, *brand equity* “é um conjunto de ativos – como conhecimento do nome, consumidores leais, qualidade percebida e associações – que se liga ao produto ou serviço em oferta”. (1998, p. 4). Portanto, dentro desta breve definição, podemos depreender que o *branding* é um conjunto de ações que visa gerar *brand equity*, ou seja, ampliar o valor para a empresa aos olhos dos seus clientes e demais públicos, como funcionários e parceiros e que trabalha diretamente com o estabelecimento de conexões mais profundas com todos estes *stakeholders*¹¹.

Como mencionado anteriormente, com a ressignificação da marca como um ativo salientada por Aaker (2015), os papéis da gestão de marca e do marketing por si só também foram modificados, possuindo agora um caráter essencialmente estratégico. Para efetivar a devida geração de valor proposta pelo *branding*, existem diversos fatores a serem considerados e devidamente

¹⁰ Para mais informações, acessar <https://br.ign.com/mcu/76186/news/filmes-da-marvel-arrecadaram-ao-todo-mais-de-us-22-bilhoes-mundialmente>

¹¹ Significa “parte interessada”. Corresponde a uma pessoa ou grupo que tem interesse em uma empresa, negócio ou indústria, tendo ou não feito investimentos. Os stakeholders podem, portanto, corresponder aos funcionários, públicos-alvo, acionistas, fornecedores e afins.

explorados como, por exemplo, o papel da marca, o seu posicionamento no mercado, seus diferenciais e as associações que almejamos despertar nos consumidores, todos fatores a serem devidamente estipulados pelo marketing no seu novo papel.

Com a proposição dessa nova abordagem de marketing, Aaker (2015) denomina que o ponto de partida para a construção de um *branding* adequado se dá através da estipulação do que autor chama de visão de marca, que é “uma descrição estruturada da imagem pretendida pela marca; o que você deseja que a marca represente para os clientes e outros grupos relevantes, como funcionários e parceiros.” (AAKER, 2015, p. 25). Assim, podemos depreender que, a partir da construção desta visão, é possível traçar um plano de ação que auxilie a organização a avançar na busca do seu objetivo principal de marketing e do negócio como um todo. Aaker também nos diz que

Quando a visão de marca se encaixa perfeitamente, quando acerta o alvo, ela reflete e apoia a estratégia de negócios, cria diferenciais em relação à concorrência, encontra eco junto aos clientes, energiza e inspira funcionários e parceiros e catalisa uma enxurrada de ideias para programas de marketing. (AAKER, 2015)

A partir desta constatação, Aaker (2015) elucida para o leitor o tamanho da relevância da construção da visão de marca para uma empresa e nos incita a refletir sobre o seu nível de complexidade. Segundo Bedendo (2015) “o desenvolvimento da identidade de marca é similar ao desenvolvimento da identidade humana” (p. 63), sendo que, com esta comparação, o autor busca nos explicar que o processo de construção de uma visão de marca coerente é multifacetado e contém diversas etapas, como o desenvolvimento do próprio ser humano. Assim, enxergamos que, como um quebra-cabeças finalizado, a visão de marca depende de pequenas peças para formar a sua totalidade, exige reflexão e análise para que se chegue ao resultado desejado.

Portanto, com o subsequente aumento da profundidade da relação entre consumidores e marcas, observamos a ressignificação da mesma e do seu valor também dentro das empresas. Seu caráter corporativo, agora personificado por sua nova condição de ativo, passou a demandar a elaboração de diversos conceitos ao seu redor para a construção de uma narrativa coesa e mais diretamente relacionada às novas ambições dos clientes.

Se antes a Marvel era considerada uma empresa referência no ramo dos quadrinhos, sua nova estratégia, que transcendeu o nicho das HQ's para outras mídias mais massivas e explorou suas narrativas nestes respectivos canais nos permite observar uma nova configuração da visão de marca da empresa. Esta nova visão, baseada na ampliação do seu universo e do seu alcance, depreende um forte objetivo de se tornar uma companhia referência, não só no mercado dos quadrinhos, já estabelecido, mas no mercado de entretenimento global. Tal ambição só será atingida se souber trabalhar adequadamente não só o valor do produto, mas toda uma rede de conceitos também relacionadas à marca, visando ampliar seu valor como ativo.

2.2.3 Brand Equity: como a Marvel trabalha através dos níveis de consciência, associação e fidelização de marca

A nova abordagem estratégica, relacionada à ressignificação da marca como um ativo, exige das empresas a estipulação de determinados objetivos e táticas que irão gravitar em torno do universo da marca e darão apoio e respaldo à sua proposta. Para auxiliar neste processo, Aaker (2015) propõe uma estrutura de *brand equity* baseada em fases, que objetiva auxiliar as empresas a compreender como deve funcionar a construção de uma relação com o cliente e como isto pode contribuir para o aumento do valor da marca. A estrutura proposta pelo autor é composta por 3 fases denominadas consciência, associações e fidelização de marca e é de interesse de todas as empresas fazer os consumidores passarem por todas elas. A razão para isto é que, se bem-sucedido, este processo culmina na fidelização do cliente que, a partir de então, exigirá um custo de manutenção de lealdade mais baixo do que aquele que seria necessário para angariar novos clientes.

A partir desta conceituação, podemos utilizar a consciência de marca como o ponto inicial para o estabelecimento da construção da comunicação com o consumidor. “O conhecimento de marca é a capacidade que um comprador potencial tem de reconhecer ou de se recordar de uma marca como integrante de uma certa categoria de produtos” (AAKER, 1998, p. 64). Segundo o autor, ele possui o potencial para criar valor de quatro diferentes maneiras, que podemos observar na figura abaixo:

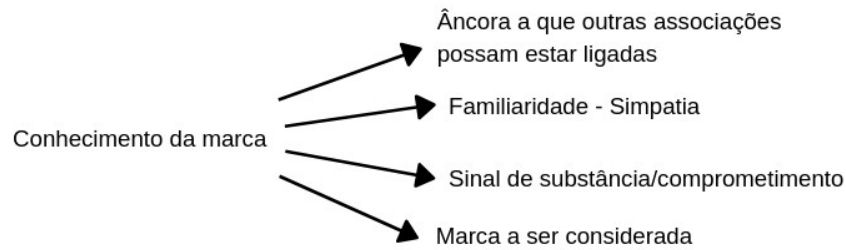


Figura 1. Formas para a criação de valor de marca.

Como ilustrado na figura, Aaker (1998) evidencia que, sem a devida consciência da marca, tentar comunicar atributos mais aprofundados ou gerar associações ao consumidor acaba sendo um desperdício. Para exemplificar, o autor utiliza a metáfora da âncora, na qual ele menciona que certos benefícios e associações são elos de uma vasta corrente que desejamos ancorar na memória do consumidor. Portanto, o conhecimento da marca, desta forma, atua como o ponto inicial (ou a âncora) com a qual o cliente irá estabelecer vínculos através de diversas associações (que corresponderiam aos elos). Embora as associações sejam subjetivas, potencialmente estarão ancoradas ao consumidor através dos demais itens salientados na figura mostrada acima. Ou seja, o conhecimento da marca deve ser gerado através de associações que suscitem familiaridade, que incitem o pensamento lógico de que o reconhecimento da marca na memória ocorreu por uma razão (seja pela presença constante, comprometimento, qualidade do produto, etc.) e que seja uma marca a se considerar para o consumo futuro. Somente após incentivar a lembrança do cliente a respeito de determinada marca, pode-se começar a explorar os benefícios mais complexos que a circundam e iniciar um contato mais próximo com o consumidor, a fim de mostrar toda a gama de benefícios (funcionais, emocionais e de autoexpressão) que a empresa carrega consigo.

Para suprir este primeiro aspecto do *brand equity* explanado por Aaker (2015), pode-se afirmar que os maiores fatores geradores de conhecimento de marca da Marvel para os consumidores são seus personagens e sua identidade visual. Ambos correspondem a uma dupla bastante desejável pois, enquanto os personagens famosos podem estimular a memória dos clientes por conta de suas histórias, a identidade visual, presente na figura 2, depois de finalmente unificada, em 1973, sempre manteve algum elemento conectivo, normalmente relacionado à cor vermelha e a utilização de tipografia sem serifa, que permitia o reconhecimento por parte dos consumidores, como podemos observar na figura abaixo.



Figura 2. Evolução do logotipo da Marvel.

Após a criação da consciência de marca, vemos tornar-se necessário estimular no consumidor a criação de associações em torno da mesma. Este é um processo de suma importância, que exige da empresa reflexão sobre quais associações ela deseja suscitar ao ser percebida pelos consumidores. Segundo Aaker (1998), “uma associação de marca é algo “ligado” a uma imagem na memória” (p. 114) sendo que “uma imagem de marca é um conjunto de associações, usualmente organizadas de alguma forma significativa” (p. 115). Assim, percebemos que podemos criar um universo de associações em torno de uma marca visando que a experiência do cliente com determinado produto/serviço reforce a ligação entre a empresa e os valores que ela deseja despertar nas pessoas. Para Aaker (1998) “o valor resultante do nome de uma marca é frequentemente o seu conjunto de associações, o seu significado para as pessoas.” (p. 116) mostrando que as associações são imprescindíveis para a construção de uma marca de sucesso. O autor ainda reforça que as associações podem criar diferentes tipos de valores como, por exemplo, diferenciação da marca, reações que incentivem a compra, emoções positivas, facilitação do processo de encontrar uma informação e criação da base para a geração de extensões futuras que a empresa possa desejar desenvolver.

Se os personagens e a identidade visual da Marvel suscitam facilmente o conhecimento da marca nos consumidores, isto ocorre principalmente por suas narrativas. As histórias são grandes facilitadoras da geração de associações e estabelecimento de conexões com o público e, podemos observar que, desde sua origem como editora de quadrinhos, a Marvel buscou emocionar e gerar identificação com seus consumidores. A empresa sempre foi marcada pela existência de histórias com personagens que, embora heróis, eram muito humanizados, aproximando-os do público através de tramas que misturavam, na dose certa, o fantasioso e a realidade. Na década de 70, Stan Lee, naquela época editor chefe da empresa, elaborou, a pedido do departamento de saúde do governo dos Estados Unidos, uma história do Homem-Aranha cuja trama buscava alertar os jovens sobre o perigo do vício em drogas. O governo se voltou para a Marvel porque estava ciente da grande influência que a empresa tinha sobre os jovens e crianças, segundo Les Daniels, autor do livro *Marvel: Five Fabulous Decades of the World's Greatest Comics*. Seu engajamento com

acontecimentos históricos (como a participação do Capitão América na Segunda Guerra) movimentos sociais (a exemplo de personagens como X-Men e Pantera Negra) e minorias (com a criação de Shang Chi, herói oriental, e Kamala Khan, a primeira heroína de origem paquistanesa da marca) traz à tona seu lado mais humano e facilitava a identificação dos consumidores com seus heróis¹². Desta forma, podemos observar que o produto tangível ofertado pela Marvel é o seu maior gerador de associações em relação à marca.

Dentro da estrutura de *brand equity* proposta por Aaker (2015) dissertamos sobre a importância da criação da consciência de marca e das associações que devem ser construídas em torno da mesma. Tais aspectos não só elucidam a importância atual da constituição adequada de uma marca como agregadora de valor e diferenciação, como também são a porta de entrada para o estabelecimento de um relacionamento com o cliente. Ainda assim, os esforços de marca não preveem somente o estabelecimento de relações com os consumidores, mas sim sua fidelização. Como afirmado pelo autor, é de interesse de uma organização a obtenção da fidelidade do consumidor porque é uma ligação que, depois de obtida, não só perdura, como dificulta a evasão do consumidor para a concorrência. Considerado este fator, não é por mero acaso que o último nível da estrutura de Aaker (2015) é denominado fidelidade de marca.

Segundo o autor, “a lealdade à marca é qualitativamente diferente das outras dimensões principais do *brand equity*, por estar mais estreitamente ligada à experiência de uso” (AAKER, 1998, p. 43), ou seja, enquanto os demais níveis se apresentam ao consumidor mesmo que ele nunca tenha consumido determinado produto/serviço, a fidelidade à marca tem como seu fundamento principal a experiencição com o mesmo, embora não seja unicamente motivada por este fator. Assim, o autor acaba por definir a dimensão da fidelidade à marca como distinta das demais dimensões por poder funcionar de maneira mais independente em alguns casos e, em outros, de forma mais interrelacionada às demais dimensões do *brand equity*. A fidelidade de marca também possui um grande valor estratégico para as organizações, sendo uma das dimensões que mais proporciona resultados de caráter tangível. Isto ocorre porque a fidelização de clientes proporciona uma série de benefícios como, por exemplo, redução dos custos com marketing, facilitação de arrancadas comerciais, atração de novos consumidores e ampliação do tempo de reação de uma organização a ameaças da concorrência. Estas vantagens só são possibilitadas através da geração de uma base de consumidores satisfeita que estará disposta a proteger, divulgar e experimentar novos produtos relacionados à marca a qual são leais.

¹² Para mais informações, acessar <https://observatoriodocinema.bol.uol.com.br/filmes/2017/07/marvel-possui-maior-identificacao-com-publico-que-dc-diz-executivo>

Se o aspecto principal da fidelização de marca pressupõe a utilização de determinado produto ou serviço, pode-se afirmar com segurança que, ao apoiar a sua estratégia no aumento da sua presença em diversas plataformas, a Marvel conseguiu ampliar significativamente a sua base de clientes ao massificar seu produto. Desta forma a marca não só passou a ser vista globalmente, como possibilitou a públicos diversos terem contato com suas histórias e amplificou as suas chances de reconhecimento, geração de associações e posterior fidelização.

2.2.4 Bem-vindo à Casa do Mickey: minha credibilidade é a sua credibilidade

Com a compra da Marvel pela Disney em 2009, motivada principalmente pelo crescimento dos lucros da empresa, que em 2008 havia atingido um lucro líquido de US\$ 206 milhões, significando um aumento de 47% em relação ao ano anterior¹³ e também pelo seu apelo para jovens do público masculino, a Marvel foi parar ao lado de outras divisões cinematográficas famosas como a Pixar, Blue Sky Studios, Walt Disney Studios, Lucasfilm e, mais recentemente, a Fox. Ao entrar para o portfólio da Disney, uma das maiores empresas de entretenimento do mundo, que possui atualmente variados canais de televisão, plataforma de *streaming*, parques temáticos, estúdios cinematográficos e licenciamento de produtos, seu novo status enquanto marca se consolidou, pois adicionou à grande credibilidade já existente da Casa das Ideias¹⁴ a credibilidade de uma das *majors*¹⁵ de Hollywood. Para a Disney, tal compra significou a aquisição de 5 mil personagens ao seu portfólio já extenso, para a Marvel tornou-se uma oportunidade de melhorar sua distribuição global, bem como melhorar seu relacionamento com varejistas para vender seus produtos.

É importante salientar que, antes da sua aquisição pela Disney, não há indícios, a partir dos livros pesquisados para bibliografia e pesquisa exploratória, de que a Marvel possuía políticas corporativas bem definidas no período pós-Goodman ou que realizava qualquer tipo de ação relacionada à sustentabilidade ou filantropia. Após a compra, embora a Marvel mantivesse autonomia sobre seu conteúdo, seus valores e práticas corporativos passaram a ser constituídos pelos da Walt Disney Company, o que, como veremos adiante, significará um grande divisor de águas para a empresa. Portanto, para melhor compreensão dos conceitos a serem trabalhados a seguir, é importante compreender que, quando mencionadas as ações da Disney enquanto empresa,

¹³ Para mais informações, acessar <https://abcnews.go.com/Business/disney-buy-comic-book-powerhouse-marvel-4b/story?id=8453499>

¹⁴ Outra forma popular de se referir à Marvel.

¹⁵ Conjunto de companhias produtoras e distribuidoras de filmes em Hollywood.

por consequência, estou me referindo a práticas instituídas também pela Marvel, uma de suas subsidiárias.

Partindo do princípio acima citado e análise dos dados acerca da Walt Disney Company disponíveis na internet, é possível observar que, com a aquisição, a Marvel incorporou a si o que faltava para ser considerada uma empresa engajada com o que Kotler (2010) denomina como “marketing dos valores”. Como vimos anteriormente, o marketing não é uma instituição imutável e intocável. Ao longo da história brevemente contada por Kotler (2010), ele passou por diversos modelos de gestão até chegar na forma como o enxergamos hoje. Estas modificações ocorreram (e sempre irão ocorrer) como consequência das transformações econômicas, tecnológicas, sociais e culturais pelas quais as sociedades passam.

Cada vez mais, os consumidores estão em busca de soluções para satisfazer seu anseio de transformar o mundo globalizado num mundo melhor. Em um mundo confuso, eles buscam empresas que abordem suas mais profundas necessidades de justiça social, econômica e ambiental em sua missão, visão e valores. (KOTLER, 2010, p. 4)

Desta forma, Kotler (2010) busca explicitar que o consumidor contemporâneo procura por marcas que satisfaçam suas necessidades em níveis diversificados e complexos. Não se trata apenas da busca por benefícios funcionais, emocionais e de autoexpressão, que a Marvel já trabalhava para suprir, mas de se conectar a marcas que tenham valores e propósitos reais, que desejem promover melhoria significativas para todos, fator este que nunca havia sido devidamente explorado pela empresa até sua aderência à Disney, uma empresa que, como logo observaremos, possui um diverso *hall* de ações que visam as transformações sociais. Este novo marketing é o que o autor chama de “marketing dos valores” e ele surgiu em decorrência de um contexto que promoveu a ascensão de três grandes forças: “a era da participação, a era do paradoxo da globalização e a era da sociedade criativa.” (KOTLER, 2010, p. 5).

A era da participação, denominada a primeira grande força transformadora do contexto do marketing dos valores, foi possibilitada devido à democratização da tecnologia da informação. Computadores e celulares deixaram de ser produtos de nicho e ganharam espaço no universo *mainstream* que, em conjunto com a Internet de baixo custo, possibilitou níveis de conectividade e

interatividade entre indivíduos nunca antes vistos na história. O rompimento das barreiras geográficas proporcionou um contato multicultural que elevou o conceito de se expressar e colaborar coletivamente a níveis mundiais. Kotler (2010) menciona que “na era da participação, as pessoas criam e consomem notícias, ideias e entretenimento. A nova onda da tecnologia transforma as pessoas de consumidores em prosumidores.” (p.7). Ou seja, os indivíduos não se tornam mais consumidores passivos, pois agora possuem espaço para produzir seu próprio conteúdo, se tornando assim “prosumidores”. Segundo o autor, tal acontecimento foi possibilitado em grande parte pelo advento das mídias sociais, que ele divide em mídias expressivas e mídias colaborativas. As mídias expressivas são compostas por redes como, por exemplo, Twitter, YouTube, Facebook, Instagram, entre outros, que têm como principal propósito refletir e compartilhar pensamentos, opiniões e os acontecimentos vivenciados por cada usuário com seus demais amigos das redes sociais, tornando-as um arauto da autoexpressão individual e coletiva, ao também reunir pessoas com gostos semelhantes em torno de uma temática comum. Para Kotler (2010), conforme as mídias forem progressivamente aumentando sua capacidade de expressão, mais os consumidores poderão ser impactados pelas opiniões e experiências de outros consumidores, reduzindo a relevância da propaganda corporativa para a conquista de novos clientes e exigindo a busca de novos meios de divulgação nestes espaços. Já as mídias colaborativas são exemplificadas pelo autor pela Wikipédia e o Craigslist, ambos sites que são construídos por milhares de pessoas, sendo que o primeiro visa a disseminação de conteúdo variado (buscando equivaler-se a uma grande enciclopédia), enquanto o segundo possibilita a adição de milhares de anúncios classificados vendendo todo o tipo de mercadorias. As mídias colaborativas colocam os consumidores em um novo patamar de importância, pois Kotler (2010) afirma que “ocorre uma colaboração mais avançada quando os consumidores desempenham o papel principal na geração de valor por meio da cocriação de produtos e serviços” (p. 11). Assim, vemos os consumidores não mais como passivos, mas ativos, uma vez que são capazes de trabalhar para oferecer soluções e feedbacks úteis às empresas.

A segunda força transformadora do marketing dos valores é a era do paradoxo da globalização. Kotler afirma que

A globalização é impulsionada pela tecnologia. A tecnologia da informação permite a troca de informações entre países, empresas e pessoas ao redor do mundo, enquanto a tecnologia de transporte facilita o comércio e outras trocas físicas em cadeias de valor globais. Como a tecnologia, a globalização alcança a todos ao redor do mundo, criando uma economia interligada. (KOTLER, 2010, p. 13)

A globalização ainda seria uma “força que estimula o equilíbrio” (KOTLER, 2010, p. 13), mas que, em busca deste fator, acaba por criar paradoxos. Estas contradições seriam geradas por um constante conflito entre a globalização e o nacionalismo em diversos níveis, pois enquanto a globalização coloca um país em evidência ao redor do planeta, ainda assim o ameaça, fazendo com que as nações busquem proteger seus mercados nacionais. Kotler (2010) salienta que existem ao menos três grandes paradoxos que são consequências da globalização, sendo eles o de caráter político, econômico e sociocultural. O autor expõe que, segundo Charles Handy, o ideal seria que as pessoas buscassem administrar estes paradoxos, ao invés de resolve-los. Se a globalização propõe o estímulo do equilíbrio, é válido refletir como ambas as noções contrárias, sejam elas globais ou nacionalistas, são necessárias e válidas. Mas qual a relevância do paradoxo da globalização para as marcas na atualidade? Segundo Kotler (2010), “marcas culturais têm por objetivo resolver paradoxos da sociedade. Podem abordar questões sociais, econômicas e ambientais da sociedade.” (p. 14). Portanto, as marcas culturais utilizam os paradoxos da globalização para abordar ansiedades coletivas e gerar valor para si mesmas, possibilitando ao marketing abordar as implicações culturais decorrentes disso. Como os paradoxos são temporários, estas marcas devem estar sempre atentas às novas contradições que surgem em decorrência da globalização.

Para Kotler (2010), a era da sociedade criativa representa a terceira força que compõe o marketing dos valores. Sendo a tecnologia, mais uma vez, o principal fator dessa evolução, os indivíduos que constituem a sociedade criativa correspondem aos “consumidores mais expressivos e mais colaborativos que utilizam as mídias sociais” (KOTLER, 2010, p. 19), sendo que “suas opiniões a respeito dos paradoxos da globalização e dos problemas da sociedade moldam as opiniões dos outros” (KOTLER, 2010, p.19). Esta sociedade composta por pessoas criativas vem crescendo ao redor do mundo e está presente em países desenvolvidos e subdesenvolvidos. Se em países avançados, “as pessoas criativas são a espinha dorsal da economia” (KOTLER, 2010, p.19), nos países menos abastados, vemos a criatividade emergir como solução a diversos problemas sociais. Kotler (2010) ainda ressalta que a ascensão de cientistas e artistas criativos modificou a forma como os seres humanos enxergam suas necessidades, sendo que questões de cunho espiritual estariam substituindo as questões básicas concernentes à sobrevivência na escala de prioridades. Como resultado dessa transformação, os consumidores “não estão apenas buscando produtos e serviços que satisfaçam suas necessidades, mas também buscando experiências que toquem o seu lado espiritual. Proporcionar significado é a futura proposição de valor do marketing.” (KOTLER, 2010, p. 21). Esta proposição de significado seria alcançada pelas empresas ao incorporarem estes

valores à sua cultura, sendo que o verdadeiro lucro será uma consequência do reconhecimento dos consumidores em relação às contribuições das empresas para melhorar a sociedade como um todo.

A partir deste contexto, a Marvel, com sua nova postura corporativa representada pela Disney, passou a aderir a algumas tendências características desta nova era movida pelos valores. Como dito anteriormente por Kotler (2010), na nova era do marketing dos valores, “a ansiedade e o desejo genéricos dos consumidores consistem em transformar a sociedade – e o mundo como um todo – em um lugar melhor e talvez até mesmo ideal para se viver” (p. 45). Esta ânsia por transformações não é somente visível através das tendências tecnológicas e integrativas que possibilitam um novo nível de participação e relação por parte dos consumidores com as marcas, mas também precisam estar presentes no cerne da cultura das empresas que têm como visão se tornarem referência para seus consumidores e para a sociedade como um todo.

“Embora seja essencial oferecer desempenho e satisfação aos clientes no nível do produto, no nível mais elevado, uma marca deve ser vista como algo que realiza as aspirações emocionais e pratica compaixão de alguma forma.” (KOTLER, 2010, p. 48).” A citação de Kotler (2010) reforça que, embora a inserção de valores e boas práticas ao “DNA” da marca representem um início promissor na busca de renovar e humanizar a cultura organizacional de uma empresa, vemos surgir como reflexo do sucesso da implementação desta abordagem a necessidade de oferecer a todos os *stakeholders* produtos/serviços que gerem impactos tangíveis e sirvam a um propósito maior. Visando alcançar esta tangibilização e suprir esta demanda emergente, muitas empresas estão procurando se adaptar à tendência do *triple bottom line*, termo cunhado pelo inglês John Elkington, em 1994. O conceito estipula que “a sustentabilidade, na perspectiva empresarial, deve estar baseada na forma equilibrada em três dimensões: econômica, humana e ambiental” (CEBDS, 2009, p. 20). Portanto, pode-se concluir que este modelo visa buscar práticas que gerem impactos positivos nestas três dimensões e que corroboram diretamente com a ânsia relatada por Kotler (2010) dos indivíduos de se relacionarem com marcas conscientes.

Dentro deste modelo, cada um dos pilares está ligado a uma série de práticas que podem ser adotadas por uma organização objetivando suprir os desejos dos *stakeholders* como seres humanos completos, ou seja, satisfazendo suas necessidades funcionais, emocionais e espirituais. Analisarei a seguir a importância de cada um destes pilares para a era dos valores e como a Disney e, conseqüentemente, a Marvel, buscam se enquadrar em cada um destes aspectos.

Segundo o Guia de Comunicação e Sustentabilidade do CEBDS (Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável), o desempenho econômico está relacionado às

práticas que podemos implementar ao ambiente corporativo que terão impacto direto nos custos da empresa. Seja ao criar um método mais criterioso de avaliação de aplicação de investimentos, reduzir a utilização de impressões em folhas ou criar um cronograma que otimize o tempo de duração de reuniões, o desempenho econômico está diretamente relacionado à instituição de hábitos que impactem positivamente nos gastos gerados por uma organização.

Baseado nesta conceituação de desempenho econômico, que é o primeiro pilar do modelo do *triple bottom line*, a Disney possui divisões especialmente focadas em promover práticas que objetivam ampliar a performance econômica da empresa. O *Disney's International Labor Standards Program* tem como objetivo avaliar e auxiliar na melhora das condições de trabalho nos locais que fabricam produtos da marca Disney e suas subsidiárias, procurando proporcionar locais seguros e inclusivos para os funcionários, objetivando ampliar a qualidade do trabalho através do oferecimento de ambientes saudáveis. A companhia também possui uma organização relacionada ao fornecimento responsável, que busca firmar parcerias com fornecedores que se identifiquem com os compromissos da Disney de oferecer qualidade e sustentabilidade, sejam eles grandes ou pequenas empresas, salientando desta forma seu engajamento com o estabelecimento de relações com empresas igualmente engajadas, independentemente de seu tamanho. Há, também, grande comprometimento com a segurança dos produtos produzidos pela empresa, sendo que a Disney possui um programa de integridade de produto que exige de todos os fornecedores, a partir de comprometimento contratual, a verificação, a partir da realização de testes de segurança, das mercadorias produzidas para confirmar que os produtos cumprem os requisitos estipulados pela empresa, e o envio de relatórios regulares para o monitoramento constante, procurando garantir desta forma que os produtos vendidos aos consumidores mantenham um padrão de qualidade e segurança que incentive o estabelecimento de uma boa experiência de uso com o cliente, bem como sua posterior fidelização, gerando mais lucro para a empresa.

Desta forma, podemos observar uma série de políticas e práticas institucionalizadas através de organizações e programas dentro da Disney que preveem ampliar o desempenho econômico através de ações que buscam valorizar o ambiente de trabalho, seus funcionários, fornecedores e produtos. Estas ações não só possibilitam impactos significativos de custo para a empresa, como também objetivam a geração de valor aos olhos de todos o *stakeholders*¹⁶.

O segundo pilar do modelo de *triple bottom line* é denominado consciência ambiental, estando diretamente relacionado às ações que visam respeitar, reduzir danos e reconstruir o meio

¹⁶ Para mais informações, acessar <https://www.thewaltdisneycompany.com/about/#social-responsibility> na seção Policies and Approaches.

ambiente. Com as redes sociais, as empresas estão cada vez mais expostas ao escrutínio da sociedade, podendo ver sua reputação se fortalecer ou ser arruinada baseada na opinião dos usuários a respeito de suas decisões corporativas, de forma que Kotler (2010) afirma que há três razões principais que levam as organizações a buscarem ampliar suas práticas sustentáveis: a paixão pessoal dos fundadores, a reação a crises de relações públicas geradas por reações ou movimentos ativistas e as pressões regulatórias. O autor também salienta que a questão da sustentabilidade é uma das tendências mais fortes do futuro para as corporações, pois ela trabalha em dois *fronts*: de um lado, é considerada a sobrevivência das empresas no longo prazo, e do outro, representa a “sobrevivência do ambiente e do bem-estar social no longo prazo” (KOTLER, 2010, p. 118). Assim, podemos observar que a adoção de práticas sustentáveis pode ser motivada por fatores diversos, auxilia na proteção à reputação das empresas, fortalece sua imagem e gera associações favoráveis à marca que agregam valor a mesma no longo prazo, para a corporação e para a sociedade.

Buscando trabalhar em torno da questão ambiental, o compromisso da Disney com o segundo pilar do conceito proposto por Elkington se estende a diversos objetivos, que são anualmente divulgados através do que a empresa chama de atualização de responsabilidade social corporativa. O presente relatório, disponível no site da empresa em diversas línguas, visa divulgar os resultados das metas internas que a companhia possui para auxiliar o meio ambiente.

No que concerne às metas ambientais estipuladas pela empresa, deve-se ressaltar seu compromisso com três fatores específicos: redução da emissão de poluentes, descarte correto de resíduos e conservação da água. Conforme o relatório de 2018¹⁷, a redução dos poluentes atingiu índices de 44%, a destinação correta dos resíduos foi ampliada em 54% e o desperdício de água teve a meta alcançada a partir da elaboração de planos de conservação. Outra política desenvolvida pela empresa se refere à redução do impacto ambiental gerado pela fabricação dos produtos da Disney, que se baseia principalmente no uso sustentável do papel e no estímulo constante de altos padrões de responsabilidade ambiental por parte dos fornecedores¹⁸.

Sendo os animais muitas vezes protagonistas dos *storytellings* da Disney, a empresa também estimula a proteção aos animais selvagens com o programa *Disney Conservation Fund*¹⁹, fundado em 1995. O programa já doou mais de 85 milhões de dólares para mais de 2000 projetos de

¹⁷ Relatório disponível em <https://www.thewaltdisneycompany.com/environment/>

¹⁸ Para mais informações, acessar <https://www.thewaltdisneycompany.com/about/#responsible-supply-chain> na categoria Product Footprint.

¹⁹ Para mais informações, acessar <https://www.thewaltdisneycompany.com/environment/#disney-conservation-fund>

conservação, visando não só proteger, mas também inspirar famílias e principalmente crianças a agirem em favor da preservação do planeta.

O terceiro e último pilar que compõe o modelo do *triple bottom line* é composto pela responsabilidade social, que está ligada à instituição de práticas que proporcionam transformações na sociedade. Segundo o autor, este novo cenário foi originado pelas mudanças sociais, uma vez que “as pessoas estão mais preocupadas com seus semelhantes e mais dispostas a contribuir para o bem-estar social” (KOTLER, 2010, p. 143). Partindo deste contexto, “um número cada vez maior de consumidores prefere as empresas cujas atividades causam impactos socioculturais positivos” (KOTLER, 2010, p. 139), o que mostra que o apoio a causas que geram modificações positivas para a sociedade cativa o consumidor e alimenta o seu desejo de associar-se a empresas socialmente conscientes, que estejam dispostas a buscar soluções para a resolução de problemas variados.

Segundo o relatório da Edelman²⁰, agência global de comunicação mencionada por Kotler (2010) em seu livro *Marketing 3.0*, denominado *2019 Edelman Trust Barometer*²¹, 69% dos entrevistados possuem preocupações a respeito do impacto das marcas na sociedade e 53% acreditam que as marcas têm a responsabilidade de se envolver com ao menos uma questão social que não impacte diretamente nos seus negócios. A revista *Exame* também apresentou dados da Accenture²², outra empresa global de comunicação, consultoria e estratégia, que através da sua pesquisa denominada *Global Consumer Pulse*, mostrou que 83% dos consumidores brasileiros preferem comprar de empresas que defendem propósitos alinhados aos seus valores de vida²³.

Os dados acima elucidam o aumento da popularidade de ações relacionadas à responsabilidade social e, como veremos adiante, não existe somente um caminho a ser seguido pelas organizações para cumprir este objetivo, sendo que estas podem atuar de formas variadas para proporcionar as transformações sociais desejadas. Kotler (2010) aborda que um dos meios favoritos utilizados pelas empresas para gerar impactos sociais positivos é através da filantropia, realizando doações a instituições de caridade ou para causas específicas, sendo que muitas vezes as organizações optam por desenvolver instituições próprias a longo prazo. Outro caminho que pode ser seguido a fim de lidar com os desafios sociais é, segundo Kotler (2010), o marketing de causas, “prática por meio da qual as empresas apoiam uma causa específica” (p. 144). Neste modelo, as empresas atrelam seus produtos/serviços ao apoio de causas específicas que lhe são caras, trazendo

²⁰ Para mais informações, acessar <https://www.edelman.com.br/sobre-nos>

²¹ Para mais informações, acessar <https://www.edelman.com/trust-barometer>

²² Para mais informações, acessar <https://www.accenture.com/br-pt/company>

²³ Notícia completa em <https://exame.abril.com.br/marketing/brasileiros-marcas-valores-pessoais/>

as questões sociais para o centro de suas campanhas, proporcionando visibilidade, reflexão e discussão.

Portanto, observamos que ações relacionadas à filantropia e ao marketing de causas, mostram seu potencial não só como ferramentas que possibilitam a transformação sociocultural, mas que fortalecem a reputação e consolidam a imagem e as associações de uma marca na mente dos consumidores, proporcionando a eles a autorrealização de obter um produto que supra suas necessidades de maneira completa. Ainda assim, para que uma organização obtenha sucesso na aplicação de estratégias e ações que possibilitem mudanças socioculturais verdadeiras, é necessário que a empresa reflita e estabeleça seus objetivos.

Para que possa direcionar seus esforços de maneira acertada, Kotler (2010) salienta que “propiciar transformação sociocultural envolve um processo composto de três fases” (p. 147). A primeira delas a definição dos desafios a serem enfrentados, a segunda a seleção dos componentes e a última a oferta de soluções transformadoras.

O primeiro passo do processo é composto pela identificação do problema sociocultural que a empresa deseja solucionar, sendo que este deve estar preferencialmente alinhado à missão, visão e valores da empresa. Kotler (2010) exemplifica esta relação a partir de algumas causas que têm estado em voga nos últimos anos, nos mostrando que marcas da indústria alimentícia normalmente procuram estabelecer relações com questões relacionadas à desnutrição, obesidade e sedentarismo, enquanto empresas de serviços optam preferencialmente por se envolver com problemas sociais relacionados ao campo da educação. Embora o estabelecimento de um tema afim com os objetivos da organização seja importante, pesquisas salientam que existem temas-chave que atualmente se mostram mais populares. O projeto Cápsula²⁴, do Grupo RBS, buscou elucidar comportamentos do presente que irão impactar a relação entre pessoas e marcas no futuro, localizando como tendências a serem aproveitadas pelas marcas questões relacionadas a temas como urbanismo, diversidade, longevidade, bem-estar e consumo consciente. Tais questões, portanto, podem ser abordadas pelas marcas com a finalidade de proporcionar aos clientes a transformação sociocultural que eles almejam enxergar nas marcas que consomem.

O segundo passo estabelecido por Kotler (2010) é a seleção dos componentes, que está ligada a escolha de grupos que tenham maior influência na sociedade para alavancarem a causa. Esta escolha pode se dar através de diversos tipos de separações, normalmente sendo realizadas a

²⁴ Relatório completo disponível em <http://comercial.gruporbs.com.br/capsula/>

partir de três fatores, sendo o primeiro deles os grupos separados por sexo e faixa etária. Kotler (2010) menciona que dentro deste primeiro grupo, mulheres, jovens e idosos são os mais proeminentes, pois enquanto as mulheres possuem crescente poder de compra e buscam produtos que as proporcionem *empowerment*, jovens e idosos estariam mais dispostos a contribuir para a sociedade, seja por sua vontade de participar ou pelo aumento da sua consciência acerca dos problemas sociais. O segundo tipo de seleção se relaciona às classes sociais, sendo que Kotler (2010) sugere especificamente a seleção do grupo de classe média, uma vez que “a classe média é o maior mercado consumidor, mas as pessoas desse grupo enfrentam grandes desafios, como bem-estar, educação e justiça social” (KOTLER, 2010, p. 151.). Com esta afirmação, o autor sugere que, sendo a classe média um grupo mediano, ela possui relativo poder de compra e ainda assim se identifica com questões sociais por vivenciá-las no cotidiano, representando assim um ponto central que pode ser atraído por tais temáticas. O terceiro tipo de componente que pode ser selecionado, para Kotler (2010), está relacionado às minorias. “Esse segmento inclui determinadas raças, crenças religiosas e deficientes, que não têm poder nem autonomia na sociedade” (KOTLER, 2010, p. 151), o que normalmente os condiciona a participar de causas ligadas à diversidade, que defendam seus direitos. A enumeração de Kotler (2010) dos tipos de componentes que podem ser selecionados nos permite visualizar uma variada gama de possibilidades, sendo que cabe à empresa, a partir da análise dos seus *stakeholders*, compreender qual dos grupos acima citados é o mais adequado para alavancar a proposta transformadora que se seguirá.

O terceiro (e último) passo é a oferta de uma solução transformadora. Esta solução irá depender diretamente dos objetivos almejados pela empresa e da causa social escolhida para ser apoiada. Como vimos anteriormente, esta solução tanto pode estar relacionada aos propósitos da empresa, quanto trabalhar com questões mais dissociadas estabelecidas por tendências mais popularizadas.

Após a explanação dos conceitos acima citados, podemos realizar uma breve análise de como a Disney se posiciona em relações sociais. Seus programas filantrópicos, não por acaso, são direcionados para crianças, que são seu maior público-alvo. A partir deste público, a empresa busca investir em questões sociais variadas relacionadas aos jovens, sendo a mais recente delas o Time de Heróis da Disney, iniciado em 2018, que tem o objetivo de confortar e inspirar famílias que possuem crianças enfrentando doenças sérias. Através da combinação dos personagens mais amados da Disney, história e criatividade, são criadas experiências customizadas para inspirar famílias e reduzir o estresse da estadia de jovens pacientes.

Outro objetivo da companhia é investir em pessoas jovens através do apoio a programas que buscam explorar as potencialidades de crianças e adolescentes para gerar inovações e reduzir disparidades sociais, raciais e de gênero. Alguns dos programas apoiados pela Disney com estes objetivos são o FIRST (*For Inspiration and Recognition of Science and Technology*) que dá suporte e mentoria para times de robótica em competições regionais e internacionais, *Snap The Gap*, que procura reduzir a disparidade entre gêneros nas áreas da tecnologia e engenharia ao criar oportunidades para meninas ganharem confiança e habilidades para obterem sucesso nestes campos, *Disney Musicals*, que incentiva a performance no teatro em escolas elementares em 21 cidades entre os Estados Unidos e Reino Unido e *Young Storytellers*, na qual jovens estudantes recebem mentorias exclusivas de funcionários da Disney para aprender a escrever histórias originais.

A Walt Disney e, por consequência, as suas subsidiárias, também possui um programa de voluntariado denominado Disney VolutEARS, cujo nome objetiva fazer um trocadilho com a ideia de se voluntariar e “ouvir” as necessidades das pessoas, realizado pelos funcionários da empresa, que já entregou mais de 4 milhões de horas desde sua fundação, em 2012. Em consonância com os demais compromissos acima citados, a companhia também realiza doações para organizações a fim de auxiliar crianças, famílias e comunidades que passam necessidade, tendo doado a quantia de 332 milhões de dólares no ano de 2018 e mais de 61 milhões de livros para escolas e crianças desde 2012.

Portanto, podemos concluir que, embora a Marvel tenha tido um início difícil enquanto marca, conforme ressaltado por Les Daniels, em 1991, e Blake Bell e Michael Vassallo, em 2013, nas suas biografias sobre a empresa, o foco inicial na construção dos seus personagens não se mostrou infundado, mas sim absolutamente necessário para que os mesmos auxiliassem a marca a se recuperar no seu período de maior dificuldade financeira. Após sua estabilização, as estratégias de gestão de marketing escolhidas permitiram que a marca se expandisse para outras plataformas e multiplicasse suas narrativas para meios mais populares, ampliando a sua base de fãs e estabelecendo uma relação de lealdade com novas gerações que não acompanhavam seus quadrinhos. Seu sucesso a partir desta abordagem permitiu que a marca ganhasse valor como um ativo valioso e ampliasse sua visibilidade, possibilitando posteriormente a sua compra pela Disney, que instrumentalizou a divisão para realizar produções cada vez mais ambiciosas, que cativaram o público e culminaram em um estúdio de sucesso de proporções mundiais, com mais de US\$ 22 bilhões de dólares arrecadados globalmente ao longo de 23 filmes e com muitos mais por vir. Sua adesão a Disney também lhe emprestou respaldo corporativo como uma empresa séria e comprometida com causas ambientais e sociais, fazendo da Marvel uma marca e uma divisão

engajada e conectada com as preocupações socioambientais da sociedade atual e, como veremos adiante, cujas narrativas possuem aspectos culturais chave para o seu sucesso.

2.3 UCM: A NOVA FORÇA MOTRIZ POR TRÁS DA MARVEL

A partir da análise da trajetória da Marvel feita neste capítulo, é possível enxergar com clareza que a sua divisão cinematográfica foi a grande responsável pelo seu atual sucesso. Com 23 filmes lançados até o momento e com a previsão de outros a serem lançados, este universo tem como base do seu brilhantismo alguns fatores-chave, que são explicitados principalmente pelos títulos de sucesso que alcançaram mais de US\$ 1 bilhão em bilheteria mundial, sendo eles Homem Aranha: Longe de Casa, Capitã Marvel, Pantera Negra, Homem de Ferro 3, Capitão América: Guerra Civil e todos os títulos da série Vingadores. Todos os filmes acima listados, além de possuírem as maiores bilheterias do UCM, possuem ao menos uma das características narrativas que serão listadas como os principais fatores do sucesso da Marvel Studios. Estas características são: a construção de uma narrativa que navega de maneira bem-sucedida entre as histórias clássicas e as adaptações necessárias para enquadrá-las nos aspectos políticos, econômicos e socioculturais da sociedade atual compartilhada por todos os heróis, a produção de personagens altamente empáticos e identificáveis e a ampliação da representatividade e diversidade dos personagens. Veremos a seguir como cada um destes aspectos auxiliou na consolidação da empresa como um dos principais nomes da indústria do entretenimento do século XXI.

Muitos dos fatores acima citados como cruciais para o sucesso das produções da Marvel Studios foram originados da cultura criativa da Marvel enquanto ela era “apenas” uma editora de quadrinhos. O primeiro deles é a construção de um mundo compartilhado, ideia que parece fazer parte da premissa da empresa desde sua fundação. Em 1939, o lançamento do primeiro quadrinho da Marvel apresentou aos ávidos leitores o herói Tocha Humana e seu antagonista, Namor, o príncipe submarino. Em 1941, após o lançamento do Capitão América, com suas histórias ambientadas na Segunda Guerra Mundial, os heróis acima citados trabalharam juntos nas tramas dos quadrinhos para derrotar os nazistas, possibilitando o primeiro *crossover* entre os heróis da Marvel que, aliados a fidelidade ao contexto histórico vivido na sociedade naquele momento, possibilitou o ressurgimento destes heróis em outros momentos, como na Guerra Fria, por exemplo,

para trabalhar com outros personagens criados posteriormente. A ideia de um universo comum a todos os personagens foi introduzida ao universo cinematográfico da Marvel com sucesso desde Homem de Ferro, cuja cena pós-créditos apresenta Nick Fury, agente da S.H.I.E.L.D., falando para Tony Stark do seu projeto Vingadores, filme este que foi lançado 3 anos depois, após a franquia já ter apresentado em filmes solo grande parte dos heróis que comporiam a primeira formação desta equipe estrelada.

Outro dos fatores existentes no UCM que foram trazidos dos quadrinhos para as telas é o fato de que seus personagens, mesmo que superpoderosos, se mostram altamente relacionáveis ao passar por problemas mundanos. As tramas dos dois primeiros filmes da série Vingadores e o filme Capitão América: Guerra Civil exploram as consequências decorrentes da ação dos super-heróis nas grandes e pequenas metrópoles, culminando em uma discordância sobre a regulamentação da atuação dos heróis tanto entre nações quanto entre os personagens principais, ocasionando uma verdadeira cisão entre os mesmos. Esta abordagem traz para o espectador uma perspectiva bastante realista, que está principalmente relacionada à preocupação das pessoas que não são “super” em preservar seu ambiente e promover a segurança da sociedade, colocando os heróis sob uma perspectiva ambígua de serem o problema, mas também a solução. Assim, vemos que o UCM busca não só construir narrativas sob a perspectiva dos heróis, mas também da sociedade que convive com eles, os colocando sob a condição de participantes e não meros espectadores.

Outro fator de suma importância é o fato de que os heróis representados não são perfeitos e suas ações tampouco possuem aprovação universal. Personagens icônicos como Homem de Ferro e Capitão América entram constantemente em atrito por questões morais e cometem erros de julgamento, homens como Hulk precisam lidar com questões comportamentais, deuses como Thor sofrem frustrações amorosas e precisam lidar com o luto e a depressão, um adolescente como o Homem-Aranha lida com a culpa constante pela morte do próprio tio. Todas as ações acima citadas são características de pessoas comuns, que passam por problemas reais, mostrando desta forma que mesmo um contexto altamente ficcional como o das histórias de super-heróis pode carregar questões que geram empatia, emoção e conexão.

Como ressaltado anteriormente, diversos heróis foram criados a partir de determinados contextos históricos. Partindo desta premissa, não é surpreendente que os personagens da Marvel também surjam decorrentes da emergência de determinados movimentos sociais inseridos nestes contextos, como é o caso dos X-Men e Pantera Negra, por exemplo. Enquanto o primeiro representa

uma metáfora do preconceito às minorias²⁵, ao tratar das desconfianças dos humanos com a recém descoberta “raça mutante”, o segundo surge inspirado pelo movimento dos direitos civis afro-americanos, dando visibilidade e *empowerment* à T’Challa, rei da nação africana fictícia chamada Wakanda, mostrando que questões socioculturais são relevantes e também estão presentes na construção deste universo ficcional. Com a globalização, a revolução tecnológica da informação e a criação das redes sociais, os movimentos sociais ganharam novo fôlego, sendo defendidos por pessoas interligadas através da internet, gerando uma rede de ativistas e simpatizantes de grandes proporções que agora podem fazer suas reivindicações globalmente, dando visibilidade a outras pautas variadas como, por exemplo, a igualdade de gênero. Segundo a pesquisa²⁶ de 2015 promovida pela agência F/Nazca Saatchi & Saatchi em conjunto com o Datafolha, de uma amostragem de 2,3 mil entrevistas, 90% dos participantes consideram redes sociais importantes para incentivar a troca de opiniões sobre problemas locais e nacionais. Diante deste novo contexto e acompanhando uma tendência que já estava presente na época em que a Marvel trabalhava unicamente com quadrinhos, o UCM buscou inserir à sua pauta o que estava faltando: representatividade. Desta resolução, foram lançados Pantera Negra, em 2018, e Capitã Marvel, em 2019, os primeiros filmes da Marvel que tiveram como protagonistas um homem negro e uma mulher, respectivamente, quebrando uma hegemonia de dez anos de protagonistas homens brancos. Seu sucesso foi garantido, sendo que ambos os filmes garantiram mais de U\$S 1 bilhão nas bilheteiras mundiais, mostrando a força e a relevância da representatividade para o público nos dias atuais e incentivando a Marvel a continuar traçando este caminho em busca de diversidade²⁷ em seus filmes. Conforme afirmado por Kevin Feige, presidente e chefe de criação da Marvel Studios, na Comic Com San Diego deste ano, a personagem Valquíria, presente em Thor, será a primeira heroína LGBT²⁸ do Universo Cinematográfico da Marvel, questão que provavelmente será representada no quarto filme do herói. Ver-se representado é um fator de grande importância para o estabelecimento de associações emocionais e, ao apresentar personagens diversos, o estúdio fortalece a relação com seus consumidores.

Portanto, podemos depreender que a Marvel, enquanto divisão da Disney, oferece como produto um conteúdo alinhado a era do marketing dos valores, à sua marca e à visão corporativa da

²⁵ Conceito que se refere à situação de desvantagem social. São grupos marginalizados dentro de uma sociedade devido a aspectos econômicos, sociais, culturais, físicos ou religiosos.

²⁶ Para mais informações, acessar <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/10/19/fradar-destaca-ativismo-digital.html>

²⁷ Para mais informações, acessar <https://www.legiaodosherois.com.br/2018/kevin-feige-diz-que-a-diversidade-sera-de-extrema-importancia-pro-futuro-da-marvel-studios.html>

²⁸ Para mais informações, acessar <https://emails.estadao.com.br/noticias/tv,valquiria-sera-a-primeira-super-heroína-lgbt-da-marvelno-cinema,70002932698>

empresa, mas este foi um processo gradativo e composto por altos e baixos. Ao estabelecer ligações com seus consumidores através de narrativas bem construídas, que oferecem um contexto realista, personagens relacionáveis e histórias poderosas e representativas, a Marvel atende aos anseios do público de se conectar com uma marca socialmente responsável, que busca a diversidade e utiliza os melhores aspectos das suas histórias na criação de sagas adaptadas ao contexto da atualidade. No entanto, não podemos nos furtar de observar que este movimento relacionado ao direcionamento de suas produções audiovisuais para uma abordagem mais ligada à diversidade demorou a acontecer, resultando em 10 anos de produções audiovisuais sem protagonistas negros, mulheres ou de etnias diferentes. Kevin Feige, em entrevista recente²⁹, imputou a demora da inclusão de personagens diversos à Ike Perlmutter, presidente da Marvel Comics, ex-CEO da Marvel Entertainment e uma das figuras mais controversas da empresa, que brigava ativamente contra o avanço de filmes protagonizados por minorias. Bob Iger, presidente da Disney, corrobora com o relato de Kevin Feige em seu livro *The Ride of a Lifetime* e menciona que a necessária inclusão só foi possibilitada após a cisão entre a Marvel Entertainment e a Marvel Studios, em 2015, quando Perlmutter deixou de poder interferir nos filmes da empresa. Desta forma, podemos observar a Marvel como uma marca em constante construção, que ao longo desses 80 anos de história já conquistou muitos objetivos, mas ainda tem muito a crescer, inclusive na sua empreitada em direção à diversidade.

²⁹ Para mais informações, acessar <https://www.omelete.com.br/marvel-cinema/kevin-feige-ike-perlmutter-diversidade-mcu>

3 FURTHER! GÊNERO, FEMINISMO, HETERONORMATIVIDADE E PEDAGOGIAS CULTURAIS

Para que possamos compreender melhor o objeto e a própria análise deste trabalho, irei explicar sobre conceitos concernentes à esfera dos estudos feministas e pedagogias culturais neste capítulo. Dentro destes campos, é especialmente importante para o nosso entendimento lembrar as definições de gênero e sexo, o estabelecimento da heteronormatividade e como os movimentos feministas se relacionam com todas essas questões. Por fim, adentrarei o assunto das pedagogias culturais para expor que a normatização e a educação dos indivíduos não são realizadas somente através das instituições formais, mas possuem também grande força através de métodos relacionados à cultura e o entretenimento.

Estes conceitos serão imprescindíveis para que, posteriormente, eu possa demonstrar como era o papel das personagens femininas dentro dos filmes do Universo Cinematográfico da Marvel e que diferenças começam a se apresentar a partir do surgimento de Carol Danvers, a Capitã Marvel, cujo título correspondeu ao primeiro filme solo de uma protagonista feminina dentro deste universo.

3.1 DOS MOVIMENTOS FEMINISTAS AO GÊNERO

Para que possamos compreender as problematizações que circundam o gênero, é de suma importância que analisemos a sua origem. Guacira Lopes Louro, autora do livro “Gênero, Sexualidade e Educação” define que o conceito de gênero está ligado diretamente à história do movimento feminista contemporâneo. Portanto, iniciarei a determinada explanação realizando, em um primeiro momento, uma recapitulação da história deste movimento.

Louro (1997) afirma que “quando se pretende referir ao feminismo como um movimento social organizado, esse é usualmente remetido, no Ocidente, ao século XIX” (p. 14). Isto se deu pela emergência do “sufragismo”, movimento surgido na Inglaterra, dedicado principalmente à conquista do direito ao voto por parte das mulheres. Pela sua alta expressividade, a movimentação feminina desta época foi denominada como a primeira “onda” do feminismo, sendo que este primeiro momento também teve como outros objetivos além do voto, reivindicações ligadas à

organização familiar, oportunidades de estudo e de acesso a determinadas profissões, sendo estes interesses específicos das mulheres brancas e de classe média da época.

Após um período de acomodação do movimento, a segunda “onda” do movimento feminista surge no final da década de 1960. Louro (1997) imputa ao ano de 1968³⁰ o grande contexto de efervescência social que possibilitou a emergência de novos pensamentos acerca do feminismo, pois foi um período de manifestações coletivas de grupos variados (intelectuais, mulheres, negros e jovens, por exemplo) derivadas de grande insatisfação diante de arranjos sociais, políticos e discriminações. Esta nova fase feminista, “além das preocupações sociais e políticas, irá se voltar para as construções propriamente teóricas” (LOURO, 1997, p. 15). Ou seja, às suas marchas, protestos públicos³¹ e grupos de conscientização, são adicionados meios de expressão também através de livros, jornais e revistas³², permitindo a criação de um campo de debate entre estudiosas, militantes e críticos que será de suma relevância para a problematização do conceito de gênero, bem como a exposição das desigualdades entre homens e mulheres e a subsequente problematização acerca de sua origem e dos dispositivos que a fortalecem na sociedade.

Segundo Brum (2017), esta segunda “onda” do feminismo continua até os dias atuais, posto que os estudos acerca do tema absolutamente não foram esgotados, tendo sido inclusive ampliados acerca de novas proposições coincidentes com a terceira “onda” do movimento. Essa nova “onda” originou-se como um desafio; uma “resposta às supostas falhas da onda anterior” (BRUM, 2017, p.18) que abrangiam definições essencialistas da feminilidade, baseando-se na experiência de mulheres brancas de classe média, excluindo assim os interesses de toda uma gama de mulheres que não se enquadravam nestes padrões identitários. Portanto, pode-se entender esta terceira fase como uma análise que visava combater as desigualdades dentro do próprio movimento e, para isto, era necessário reconhecer as peculiaridades de cada mulher.

Retornando propriamente à segunda fase do movimento para ampliar nossas conceituações, Louro (1997) salienta que “a segregação social e política a que as mulheres foram historicamente conduzidas tivera como consequência a sua ampla invisibilidade como sujeito – inclusive como sujeito da ciência” (p. 17), fator este que Frasnelli (2018) define como determinante para movimentar os estudos acerca das problematizações de gênero. Ainda que esta invisibilização

³⁰ Para mais informações, acessar <https://oglobo.globo.com/sociedade/historia/feminismo-manifestacoes-partir-de-68-inspiraram-mobilizacao-atual-16512352>

³¹ Para mais informações, assistir ao documentário *Feminists: What Were They Thinking?*, de Johanna Demetrakas, disponível na Netflix.

³² Para mais informações, acessar <http://www.ufrgs.br/alcar/jornal-alcar-no-4-outubro-de-2012/Marcos%20historicos%20da%20insercao%20das%20mulheres%20na%20imprensa.pdf> e <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/a-trajetoria-do-feminino-na-imprensa-brasileira-o-jornalismo-de-revista-e-a-mulher-do-seculo-xx>

estivesse progressivamente sendo rompida através da presença das mulheres em empregos nas fábricas, lojas, hospitais e escritórios, sua atuação dentro destes locais era sempre secundária e subordinada aos homens, e nos campos destinados à ciência, letras e artes, sua ausência era quase total, situação amplamente denunciada pelas feministas a partir deste segundo momento.

Assim, os estudos iniciais se constituem, muitas vezes, em descrições das condições de vida e de trabalho das mulheres em diferentes instâncias e espaços. Estudos das áreas da Antropologia, Sociologia, Educação, Literatura etc. apontam ou comentam as desigualdades sociais, políticas, econômicas, jurídicas, denunciando a opressão e o submetimento feminino. Contam, criticam e, algumas vezes, celebram as “características” tidas como femininas. (LOURO, 1997, p. 18)

Com esta afirmação, Louro (1997) nos mostra que as primeiras publicações feministas possuíam um caráter bastante “simples”, pois objetivavam expor em diversas áreas as variadas desigualdades sofridas pelas mulheres no cotidiano. Estes estudos possibilitaram a multiplicação das referências às mulheres, antes relegadas, como a autora afirma, a meras notas de rodapé, possibilitando sua maior visibilização justamente nos assuntos nos quais sua ausência era mais explícita. O caráter essencialmente biográfico e empírico destes estudos contribuiu com o que Louro (1997) acredita ser uma das maiores marcas dos Estudos Feministas: seu caráter político que não objetivava distanciamento e nem isenção, totalmente despido da neutralidade que era considerada indispensável para o fazer acadêmico vigente.

Assumia-se, com ousadia, que as questões eram interessadas, que elas tinham origem numa trajetória histórica específica que construiu o lugar social das mulheres e que o estudo de tais questões tinha (e tem) pretensões de mudança. (LOURO, 1997, p. 19)

Aos poucos, os estudos mais descritivos e de caráter denunciativo foram exigindo explicações mais complexas, ao passo de que aqui podemos visualizar o surgimento de diferentes correntes teóricas feministas. Algumas estudiosas passaram a se fundamentar a partir de teorizações

marxistas, outras buscaram fundamentos psicanalíticos, há também quem defendesse que a utilização de bases androcêntricas era inadequada, buscando o desenvolvimento de teorias propriamente feministas que não se apoiassem em conceituações criadas por homens. Para Louro (1997), cada uma dessas diversas correntes teóricas reconhece um objeto como causa central da opressão feminina e constrói suas argumentações propondo a destruição deste objeto como meio para a emancipação das mulheres, mostrando que mesmo “diferentes perspectivas analíticas, embora fonte de debates e polêmicas, não impedem que se observem motivação e interesses comuns entre as estudiosas”. (LOURO, 1997, p. 20).

Após ilustrarmos o contexto sob o qual emergiram os estudos relacionados às mulheres, é também na década de 1960 que vemos as feministas iniciarem sua longa batalha contra aqueles que justificavam as desigualdades sociais entre homens e mulheres baseando-se em características biológicas. “Seja no âmbito do senso comum, seja revestido por uma linguagem “científica”, a distinção biológica, ou melhor, a distinção sexual, serve para compreender – e justificar – a desigualdade social” (LOURO, 1997, p. 21). Nicholson (2000) afirma que o pressuposto que imputava as raízes das diferenças entre mulheres e homens em aspectos biológicos se fortificava com a utilização da palavra “sexo”, pois ela colaborava com a ideia de imutabilidade dessas diferenças. Frasnelli (2018), a partir da análise de Nicholson (2000), afirma que

...a noção que conecta as características do indivíduo ao seu sexo surgiu nos séculos XVII e XVIII. Foi nessa época (inspirados pelos estudos darwinistas) que os seres humanos começaram a buscar na natureza a compreensão sobre si mesmos e sobre o que os cerca – percebendo que seus corpos são constituídos da mesma matéria que forma tudo que existe no mundo. Desse modo, ao voltarem o seu olhar para o estudo da matéria e tendo como referencial a natureza, os indivíduos passaram a entender as características biológicas como essenciais. (FRASNELLI, 2018, p. 17)

Desta forma, podemos observar que o contexto formador desta linha argumentativa reforçava o entendimento e a justificação da diferenciação de homens e mulheres através da biologia. Louro (1997) defende que é imperativo, se contrapor a argumentação acima citada, pois

É necessário demonstrar que não são propriamente as características sexuais, mas é a forma como essas características são representadas ou valorizadas, aquilo que se diz ou se pensa sobre elas que vai constituir, efetivamente, o que é feminino ou masculino em uma dada sociedade e em um dado momento histórico. Para que se compreenda o lugar e as relações de homens e mulheres numa sociedade importa observar não exatamente seus sexos, mas sim tudo o que socialmente se construiu sobre os sexos. (LOURO, 1997, p. 21)

É objetivando defender-se da arguição baseada no determinismo biológico que a conceituação de gênero se mostrou mais fundamental. Louro (1997) menciona que a inserção da palavra gênero no vocabulário feminista surgiu como uma ferramenta linguística que tinha como finalidade “ênfatar o caráter fundamentalmente social das distinções baseadas no sexo” (SCOTT, 1995, p. 72). Desta forma, Joan Scott (1995) em seu artigo denominado “Gênero – Uma Categoria Útil de Análise Histórica”, menciona que a palavra buscava indicar firmemente a rejeição dos “fatos biológicos” que estavam implícitos com o uso de termos como “sexo” ou “diferença sexual”. Ainda assim, o desenvolvimento desse conceito não visava negar o aspecto biológico dos corpos, mas sim salientar a existência de uma construção social e histórica em cima deles. “O conceito pretende se referir ao modo como as características sexuais são compreendidas e representadas ou, então, como são “trazidas para a prática social e tornadas parte do processo histórico”” (LOURO, 1997, p. 22). Scott (1995) também salienta que o uso da palavra “gênero” foi importante para as mulheres que se preocupavam com o caráter separatista e isolacionista dos estudos femininos, sendo que a introdução do termo permitia inserir uma noção relacional a partir da qual “...as mulheres e homens eram definidos em termos recíprocos e não se poderia compreender qualquer um dos sexos por meio de um estudo inteiramente separado” (p. 72).

A partir desta abordagem, o debate que havia sido dirigido para o determinismo biológico por alguns indivíduos é recolocado novamente no campo do social, cujo qual Louro (1997) considera como o local no qual “se constroem e se reproduzem as relações (desiguais) entre os sujeitos” (p. 22). A autora salienta, desta forma, que as justificativas para as desigualdades precisariam ser procuradas não no campo da diferença biológica, “...mas sim nos arranjos sociais, na história, nas condições de acesso aos recursos da sociedade, nas formas de representação” (LOURO, 1997, p. 22). Desta forma, passa a ser firmemente rejeitada pela maior parte das estudiosas qualquer proposição que tenha caráter essencialista para discutir sobre gênero, e sua configuração, por si só, passa a exigir um pensamento mais pluralizado, uma vez que as concepções de gênero podem divergir dentro de/entre sociedades e momentos históricos.

Nicholson (2000) em seu estudo denominado “Interpretando o Gênero”, salienta que, embora “gênero” tenha sido concebido inicialmente como uma forma de contrapor-se a “sexo”, tornando-os significações distintas, após sua inserção no contexto dos estudos feministas emergentes, afirma que a palavra “gênero” tem sido cada vez mais utilizada para descrever a construção social relacionada à distinção entre masculino e feminino, incluindo também as construções que definem a separação de corpos considerados femininos de corpos considerados masculinos, sendo que “este último uso apareceu quando muitos perceberam que a sociedade forma não só a personalidade e o comportamento, mas também as maneiras como o corpo aparece” (NICHOLSON, 2000, p. 1). Nesta segunda interpretação, a autora considera que “sexo” não pode ser separado de “gênero”, pois o corpo é visto através de uma interpretação social, dando a estas palavras significações nem distintas ou iguais, mas sim suplementares.

Louro (1997) corrobora a proposição da segunda interpretação do gênero explanada por Nicholson (2000) ao mencionar os estudos de Weeks (1993), que afirma “que a sexualidade tem tanto a ver com as palavras, imagens, o ritual e a fantasia com o corpo” (LOURO, 1997, p. 26), sobressaindo assim uma perspectiva relacionada à linguagem, à representação e à cultura. Weeks (1993) também salienta que seria impossível compreender a sexualidade observando somente seus elementos considerados “naturais”, pois eles ganhariam sentido através de processos culturais. Esta argumentação reforça a ideia de que sexo e gênero são conceituações correlacionadas que trabalham em conjunto dentro do campo social, contribuindo de maneira significativa para a desconstrução do conceito de determinismo biológico defendido como o causador das desigualdades.

A partir da asserção do gênero e do sexo como questões concernentes ao âmbito social, Louro (1997) começa a trabalhar o conceito de identidade. Segundo a autora

...compreendemos os sujeitos como tendo identidades plurais, múltiplas; identidades que se transformam, que não são fixas ou permanentes, que podem, até mesmo, ser contraditórias. Assim, o sentido de pertencimento a diferentes grupos – étnicos, sexuais, de classe, de gênero, etc. – constitui o sujeito e pode leva-lo a se perceber como se fosse “empurrado em diversas direções”. (LOURO, 1997, 25)

Ao sugerir que o gênero e o sexo são partes constitutivas importantes da identidade do sujeito, Louro (1997) os coloca em pé de igualdade com conceitos como etnia, classe e

nacionalidade, entre outros, salientando que sua relevância vai além do pressuposto da instituição do desempenho de papéis, sendo que “a ideia é perceber o gênero fazendo parte do sujeito, constituindo-o” (LOURO, 1997, p. 25). A autora também ressalta que grande parte dos discursos relacionados à gênero incorpora questões relacionadas à sexualidade, reforçando mais uma vez sua correlação.

Embora o processo de construção de identidades presuma a identificação com questões variadas como classe, etnia, nacionalidade e tantos outros aspectos, neste trabalho procurarei me aprofundar mais especificamente nos conceitos relativos à identidade sexual e identidade de gênero, uma vez que estes serão os mais imperativos dentro da análise do objeto que se seguirá em breve. É também imprescindível mencionar que tais conceitos, embora facilmente confundíveis, possuem significados distintos.

Louro (1997) afirma que a identidade sexual está relacionada à forma como os indivíduos vivenciam suas sexualidades, enquanto a identidade de gênero refere-se à identificação dos sujeitos como masculinos ou femininos, dentro de um contexto social e histórico específico. Enquanto o primeiro é alusivo à forma como as pessoas se relacionam, seja com parceiros do mesmo sexo, do sexo oposto ou de ambos os sexos, o segundo está concatenado com a forma à qual as pessoas enxergam a si mesmas. Assim como “gênero” e “sexo” se mostram complementares, tais conceitos concernentes à identidade também estão fortemente relacionados, uma vez que “sujeitos masculinos ou femininos podem ser heterossexuais, homossexuais, bissexuais” (LOURO, 1997, p. 27), mostrando assim que o sujeito, enquanto pessoa completa, possui tanto uma identidade de gênero quanto uma identidade sexual (assim como também possuirá identificação com uma classe, uma nacionalidade, uma etnia, etc).

A inscrição dos gêneros – feminino ou masculino – nos corpos é feita, sempre, no contexto de uma determinada cultura e, portanto, com as marcas dessa cultura. As possibilidades da sexualidade – das formas de expressar os desejos e prazeres – também são sempre socialmente estabelecidas e codificadas. As identidades de gênero e sexuais são, portanto, compostas e definidas por relações sociais, elas são moldadas pelas redes de poder de uma sociedade. (LOURO, 2000, p. 9)

Com esta frase, Louro (2000), em seu livro “O Corpo Educado”, fortifica mais uma vez a sua argumentação contra o determinismo biológico e parte para outro aspecto de suma importância sobre a constituição das identidades: o caráter constantemente mutável das mesmas. Segundo a

autora, não é possível precisar um momento específico da vida de uma pessoa no qual a identidade seja “assentada”, pois ela é um processo em constante construção, sempre passível de modificações. A alta suscetibilidade da identidade às transformações se dá principalmente porque os conceitos que a formam são, por si só, mutáveis, já que são construídos e remodelados dentro do campo social e subordinados à contextualização histórica, que está sempre em movimento.

Stuart Hall, em seu livro “A Identidade Cultural na Pós-Modernidade”, de 1992, salienta que “a questão da identidade está sendo extensamente discutida na teoria social” (p. 7). Isto estaria ocorrendo porque, segundo o autor, as velhas identidades que estabilizavam a sociedade agora se mostram em declínio, não só proporcionando a emergência de novas identidades, mas fragmentando os indivíduos que até então eram vistos como sujeitos unificados. A este movimento, Hall (1992) denomina “crise de identidades”, que seria primariamente composto pela perda de um “sentido estável de si” ocasionado pela descentralização dos sujeitos. Frasnelli (2018) salienta que “este cenário favorece uma mudança de paradigmas na forma como as mulheres são representadas, ainda que exista um longo caminho pela frente” (p. 28). Portanto observa-se que o declínio das antigas identidades possibilita o surgimento de novas identidades que, através da descentralização do sujeito, permite a grupos minoritários realizarem movimentações importantes acerca da forma como são representados.

Para explicar acerca dos conteúdos acima abordados, Hall (1992) inicia sua proposição a partir da enumeração de três concepções de identidade. A primeira estaria relacionada à concepção iluminista de identidade, cujo sujeito é composto como um ser “totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação” (HALL, 1992, p. 10), sendo essa uma concepção de caráter bastante individualista. Em resposta à primeira conceituação, a noção de sujeito sociológico emerge para justificar a “crescente complexidade do mundo moderno” (HALL, 1992, p. 11), que reconhece que o indivíduo não era um produto auto-suficiente, mas sim formado através da interação entre o “eu” e a sociedade, que “mediava para o sujeito valores, sentidos e símbolos – a cultura – dos mundos que ele/ela habitava” (idem). Hall (1992) argumenta que ambas as concepções estão sofrendo mudanças drásticas, pois o sujeito que antes era visto como uma entidade unificada, agora tornava-se fragmentado, podendo inclusive ser composto por identidades contraditórias, e as identidades que estabilizavam os mundos culturais estavam entrando em colapso. O produto consequência da não existência de uma “identidade fixa, essencial ou permanente (HALL, 1992, p. 12) seria, portanto, o sujeito-pós moderno.

O sujeito pós-moderno, portanto

...assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. (HALL, 1992, p. 13)

Esse deslocamento citado por Hall (1992), embora presuma uma conceituação de identidade de caráter mais transitório ainda do que as outros citados, possui vantagens, conforme salientado pelo autor a partir da análise de Laclau, pois a “desarticulação das identidades estáveis do passado [...] abre a possibilidade de novas articulações: a criação de novas identidades, a produção de novos sujeitos” (HALL, 1992, p. 18). A partir deste fator, Frasnelli (2018) ressalta que torna-se possível identificar um novo olhar sobre o que é ser mulher, permitindo a reflexão acerca de quais estereótipos podem ser rompidos. Portanto, “do mesmo modo em que as identidades são fluídas e mutáveis, é importante que as representações acompanhem essa evolução”. (FRASNELLI, 2018, p. 29-30).

3.2 RELAÇÕES DE PODER E O ESTABELECIMENTO DA HETERONORMATIVIDADE

Para que a ruptura dos padrões normativos característicos de todas as sociedades possa ser devidamente concretizada, é fundamental que sejamos capazes de compreender as relações de poder existentes entre homens e mulheres e como isto influi na geração das desigualdades entre eles através do estabelecimento de determinados padrões hegemônicos.

Ao realizar seus estudos acerca da conceituação de gênero, Joan Scott (1995) alicerçou a sua definição a duas proposições específicas: “...(1) o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos e (2) o gênero é uma forma primária de dar significado às relações de poder” (p. 86). Desta forma, o gênero é colocado como um protagonista que não só expõe diferenças entre sexos através das relações sociais, mas que está imbricado na base do processo de significação dos mecanismos de poder. Ele seria um conceito estabelecido na base porque, segundo Frota (2012)

A construção do indivíduo na modernidade diz e assegura que toda a construção da chamada “ordem natural” foi alicerçada na diferença sexual que norteou toda a explicação

das relações sociais incluindo o ordenamento jurídico, a política e o conhecimento (FROTA, 2012, p. 50)

Portanto, a construção do indivíduo pautada na crença de uma “ordem natural” decorrente da diferença sexual, como mencionada por Frota (2012), abriu espaço para embasar formas de subordinação pautadas em aspectos biológicos, fortalecendo noções estereotipadas de que a mulher, por poder engravidar, deve se dedicar aos filhos e os homens, por sua força muscular, devem exercer o trabalho pesado, por exemplo. Estas concepções não só afastam as mulheres dos lugares de poder como “dão sustentação ontológica para o tratamento diferenciado no campo político e social entre homens e mulheres” (FROTA, 2010, p. 50). Este “tratamento diferenciado” seria reforçado constantemente através do fortalecimento de relações de dominação e do controle das mulheres, sendo que Scott (1995) reforça que mesmo os regimes democráticos do século XX construíram políticas a partir de conceitos generificados.

Crises demográficas, causadas pela fome, pestes ou guerras, podem ter colocado em questão visões normativas de casamento heterossexual (como foi o caso em certos meios e certos países no correr dos anos 1920); mas eles igualmente provocaram políticas pró-natalistas que insistiam na importância exclusiva das funções maternas e reprodutoras das mulheres (SCOTT, 1995, p. 92)

O exemplo acima citado por Scott (1995) demonstra claramente como políticas generificadas contribuem para que mulheres sejam controladas, relegadas a funções marginalizadas e invisibilizadas. Portanto, podemos depreender que, mesmo que a atenção dada ao gênero não seja considerada explícita, ela constitui parte de suma importância na organização das igualdades e desigualdades, pois o gênero seria “...uma das referências recorrentes pelas quais o poder político tem sido concebido, legitimado, criticado. Ele não apenas faz referência ao significado da oposição homem/mulher, ele também o estabelece.” (SCOTT, 1995, p. 92). Este estabelecimento de posições focado no binarismo e o próprio processo das relações de gênero tornariam-se, portanto, parte do próprio significado de poder, sendo que Scott reforça que questionar ou modificar qualquer um destes aspectos ameaçaria o sistema vigente.

Louro (1997) ressalta ainda que, embora os mecanismos de repressão e censura exercidos politicamente contribuam para a construção da patente diferença entre homens e mulheres, esta diferença também se acentua pela instituição de “...gestos, modos de ser e de estar no mundo, formas de falar e de agir, condutas e posturas apropriadas (e, usualmente, diversas)” (p. 41). Desta forma, o gênero seria produzido, nas e pelas relações de poder. Para corroborar esta asserção, Louro (1997) utiliza o conceito de “biopoder”, ou seja, o poder de controlar as populações, elaborado por Foucault (1988), como um meio útil de pensar “...no conjunto de disposições e práticas que foram, historicamente, criadas e acionadas para controlar homens e mulheres” (LOURO, 1997, p. 41). Através destas disposições que seria possível identificar as estratégias utilizadas para a determinação de lugares socialmente diferentes para os gêneros.

A reflexão a partir das conceituações citadas nos permite, portanto, observar que as relações de poder entre homens e mulheres são fortificadas através de esferas diversificadas, formais e informais. Seja na instituição de políticas governamentais ou nas práticas cotidianas, são estabelecidas normas que visam regular comportamentos, profissões, formas de se relacionar e de se expressar que têm a finalidade de enquadrar os indivíduos em papéis específicos dentro da sociedade que são determinados, em primeira instância, pelo gênero ao qual as pessoas pertencem. É por esta razão que o gênero, ainda que pouco explicitado nas esferas formais, está presente na base da formação das redes de poder.

“No interior das redes de poder, pelas trocas e jogos que constituem o seu exercício, são instituídas e nomeadas as diferenças e desigualdades” (LOURO, 1997, p. 43). Com esta afirmação, a autora busca elucidar que, a partir da geração de padrões normativos de comportamento através de esferas formais e informais de institucionalização, são criadas as padronizações que ocasionam as diferenças e desigualdades, distinções estas que Louro (1997) afirma que sempre foram uma preocupação central dos Estudos Feministas.

É possível observar, também, que usualmente se diz: “as mulheres são diferentes dos homens”, ou seja, elas diferem deles – que devem ser tomados como a norma. Vale então repetir a reflexão de Terry Eagleton (1983, p. 143): “a mulher é o oposto, ‘o outro’ do homem: ela é o não-homem, o homem a que falta algo...” (LOURO, 1997, p. 44)

Ao estipular, desta forma, o homem como normativo, a mulher torna-se, portanto, “o outro”, e assim as distinções entre gênero são reforçadas na sociedade. Essas distinções, a princípio relacionadas ao fator biológico, serviram para aumentar o abismo existente entre homens e mulheres, com teorias tendo sido construídas com único propósito de fundamentar os papéis que seriam próprios a cada gênero. Estas teorias, como Louro (2000) afirma em “O Corpo Educado”, investem muito nos corpos, pois buscam adequar os indivíduos a critérios estéticos, higiênicos e morais considerados padrão, condicionando nossos pensamentos a “...perceber e decodificar essas marcas, [...] a classificar os sujeitos pelas formas como eles se apresentam corporalmente, pelos comportamentos e gestos que empregam...” (p. 6). Nesse processo de reconhecimento de identidades através da normatização de padrões é que podemos também reconhecer “o outro”, ou seja, aquele que não se enquadra no padrão considerado “normal”. Ao reconhecer a existência do “outro” como fora da norma e, portanto, diferente (onde aqui podemos enxergar esta atribuição como equivalente a “anormal”), instituímos desigualdades, ordenamentos e hierarquias que estão diretamente ligadas às relações de poder existentes nas sociedades. Louro (1997) ressalta que o movimento feminista, portanto, tratará de estudar a atribuição dessas diferenças que estipulam “os outros” e que consequências elas possuem para todos.

A observação da diferença, dentro do feminismo, não trabalhou apenas em torno das distinções entre homens e mulheres, mas também as procurou dentro do próprio movimento (o que denominamos, no início deste capítulo, como o principal apontamento da terceira “onda” feminista). Tendo sido ressaltadas primeiramente pelas mulheres negras, que não se viam incluídas em um movimento cujas reivindicações gravitavam em torno da realidade das mulheres brancas de classe média, a problematização da diferença se complexificou mais ainda com o debate promovido pelas mulheres lésbicas, pois assim multiplicaram-se relatos mais diversos, que adicionaram às reivindicações existentes objetivos mais plurais, que davam conta da realidade e da existência não só das mulheres brancas, heterossexuais e de classe média, mas também de mulheres negras, lésbicas e de outras minorias.

A subsequente pluralização do movimento, que buscou ampliar seus horizontes para incluir mulheres mais diversas, não deixou de fazer existir a diferença explícita existente entre homens e mulheres. Se a mulher era considerada “o outro”, Louro (1997) afirma que se torna importante “saber *quem* definia a diferença, *quem* era considerada diferente, o que significava ser diferente” (p. 46). A este propósito, a autora lança mão da afirmação de Scott (1995) de que é um equívoco conceber a diferença e a igualdade como um “dilema”, pois a igualdade a que muitas vertentes feministas almejam é um conceito político que supõe a diferença. Não existiria propósito em

reivindicar igualdade para sujeitos idênticos, “reivindica-se que sujeitos diferentes sejam considerados não como idênticos, mas como equivalentes” (LOURO, 1997, p. 46).

Na busca desta equivalência da diferença entre os sujeitos, estabelece-se, segundo Louro (2000) que a norma construída historicamente tem como referência o homem branco, heterossexual, de classe média e cristão. A partir desse referencial normativo, todos os indivíduos que não se enquadram nessas normas são considerados o “outro”, ou seja, aqueles que estão marcados pela diferença. “Desta forma, a mulher é representada como “o segundo sexo” e gays e lésbicas são descritos como desviantes da norma heterossexual” (LOURO, 2000, p. 6), sendo que a concepção fortemente polarizada dos gêneros acaba por minar a pluralidade existente inclusive dentro deles. Portanto, a norma estabeleceria um tipo de sujeito tão específico como o padrão que, a partir disso, acabaria não só por excluir mulheres, gays e lésbicas, mas também homens que não se enquadram perfeitamente dentro da concepção hegemônica previamente estipulada.

Distintas e divergentes representações podem, pois, circular e produzir efeitos sociais. Algumas delas, contudo, ganham uma visibilidade e uma força tão grandes que deixam de ser percebidas como representações e tão tomadas como sendo a realidade. (LOURO, 2000, p. 6)

A partir do momento em que determinadas representações são tomadas como a realidade, os indivíduos que ocupam as posições centrais instituídas como “normais” ganham a possibilidade não só de representar a si mesmos, mas também de representar os “outros”, ou seja, todos os que não se enquadram nos padrões. É por tudo isso que Louro (2000) afirma que as identidades sociais e culturais são políticas, pois a forma como se apresentam ou são representadas e o significado atribuído a elas é constantemente atravessado e marcado por relações de poder.

Petry e Meyer (2011), em seu artigo “Transexualidade e heteronormatividade: algumas questões para a pesquisa”, afirmam que “o gênero, enquanto organizador da cultura, e em articulação com a sexualidade, modula o modo heteronormativo de como homens e mulheres “devem se comportar [...] nesses domínios” (p. 195). Portanto, heteronormatividade, termo cunhado em 1991 por Michel Warner, é o nome dado a uma forma de regulação que é definido por um “...conjunto de normas, regras, procedimentos que regula e normaliza não apenas as identidades

sexuais como também as identidades de gênero, estabelecendo maneiras usuais de ser, modos de comportamento, [...] dirigindo-os ao encontro do gênero/sexo oposto”. (SABAT, 2003, p. 68).

Objetivando compreender como a heteronormatividade é constantemente reiterada, Sabat (2003) faz um retrospecto histórico importante para compreender a origem do termo. Segundo a autora, entre o final dos séculos XVIII e o início do século XIX, tinha-se como ideia de que havia apenas um único sexo, sendo que o homem representava o modelo ideal e desenvolvido, enquanto a mulher era considerada um homem incompleto, que não havia se desenvolvido adequadamente, uma vez que seus órgãos sexuais se mantiveram internos. Esta concepção, embora defendida nessa época, teria sido originada muito antes, sendo que a autora afirma que no século II já havia proposições a esse respeito, nos permitindo observar que a construção histórica em torno da superioridade masculina remonta muitos séculos. Somente no século XIX, motivados pelo Iluminismo e pela Revolução Industrial, que seriam desenvolvidos outros estudos acerca do tema, sendo que o novo modelo proposto passou a basear-se em diferenças biológicas. Cientistas alegaram que as diferenças encontradas não se restringiam ao que era possível observar ao olho nu, pois também estavam presentes nas células do corpo humano. Com esta afirmação, buscava-se salientar que as diferenças não seriam somente observáveis no corpo, mas também em assuntos morais e espirituais, o que definimos no início desse capítulo como determinismo biológico, e que observamos que fornecia justificativa para as pessoas da época para atribuir a homens e mulheres papéis diferentes na sociedade.

Se antes do século XIX a sexualidade era um conceito concernente à religião e à moral, agora tornava-se objeto de escrutínio de cientistas e médicos, que buscaram esquadriñar as práticas e experiências sexuais originando uma área de estudos denominada sexologia. Sendo as relações sexuais entre indivíduos agora parte da pauta, “diferentes aspectos passam a ser estudados, desde os físicos até as diferentes formas de relações e prazeres sexuais” (SABAT, 2003, p. 17). É a partir destes estudos que pessoas que se relacionam com outras pessoas do mesmo sexo passam a ser chamadas homossexuais e, embora o termo tenha sido cunhado para defini-las, cabe dizer que a demarcação desse tipo de sexualidade não era considerada anormal na época. Quem modifica esse status, segundo Sabat (2003), é Krafft-Ebing³³, que situará em seus estudos a homossexualidade como uma patologia, um traço anormal relacionado aos instintos primitivos. Não por acaso, é nesse mesmo período que surge o que no futuro seria considerado o “termo contraponto”, denominado

³³ Psiquiatra alemão. Conhecido pela obra *Psychopathia Sexualis*, onde introduziu os conceitos de sadismo, masoquismo e fetichismo no estudo do comportamento sexual.

heterossexualidade³⁴. O conceito de heterossexualidade como o conhecemos até os dias de hoje, também foi ressignificado por Krafft-Ebing, e a nova conceituação desta palavra “contribuiu para se pensar na possibilidade de separação entre sexo e reprodução, ao mesmo tempo em que promoveu a divisão entre o normal e o anormal” (SABAT, 2003, p. 18). A estas definições, Sabat (2003) salienta que se seguiram outros estudos que objetivavam minar a existência de relações homossexuais, mencionando Otto Weininger³⁵ que indicou que os seres humanos possuem uma inevitável condição bissexual, o que justificava a necessidade de se estipular tipos ideais de homens e mulheres, com a finalidade de promover a rejeição das relações íntimas com pessoas do mesmo sexo, e Iwan Bloch³⁶, que definiu que as diferenças entre homens e mulheres faziam deles complementares, tornando a relação entre sexos opostos o modelo correto através do qual ambos se completariam.

A partir deste processo, Sabat (2003) afirma que o papel da ciência foi indispensável na consolidação da norma heterossexual, em detrimento da homossexual, uma vez que através dela foram emitidas explicações determinantes para a ocorrência desta normalização.

O interesse da ciência pelo sexo, a classificação das relações sexuais entre normal e anormal, a patologização da sexualidade não heterossexual passam a constituir o que Michel Foucault (1984) chama de dispositivo de sexualidade. Diferentes estratégias de saber e de poder constituem um emaranhado composto por discursos, instituições, tecnologias, e sustentam o dispositivo da sexualidade. (SABAT, 2003, p. 20)

A ciência, portanto, ao emitir conhecimento através de bases técnicas e experimentais consolidadas, detém o poder de classificar o que é normal e o que é anormal e corresponde a um tipo de dispositivo que fortalece concepções normativas da sexualidade dentro da sociedade. O resultado disso, para Sabat (2003) é o deslocamento de temas como sexo e sexualidade para campos políticos, tornando-os temas concernentes à administração pública.

Todas essas transformações conceituais, por certo, presumiram modificações e possibilitaram a existência de novas configurações em diversas áreas, incluindo na família, no

³⁴ No início, o termo cunhado por James Kiernan, não se apresentava em contraponto ao homossexualismo. Seu significado inicial estava relacionado a um tipo de sexualidade anormal denominada hermafroditismo psíquico, relacionado ao direcionamento do desejo dos sujeitos para ambos os sexos (SABAT, 2003).

³⁵ Filósofo austríaco, autor do estudo *Sex and Character*, de 1903.

³⁶ Dermatologista e psiquiatra alemão, autor do estudo *Sexual Life of Our Time*, de 1907.

mercado de trabalho e na forma como as pessoas se apresentam para a sociedade, sendo que Sabat (2003) salienta que essas transformações seriam o resultado das relações de poder que atuam em cima da sexualidade, buscando normatizar a heterossexualidade e rotular “os outros”.

Após esta retrospectiva histórica e retornando ao conceito final elaborado por Sabat (2003), podemos observar que o padrão firmado pela heteronormatividade vigente é definido por 2 aspectos-chave. O primeiro deles é a consideração de que há apenas duas opções de se reconhecer enquanto indivíduo: o feminino e o masculino. O segundo, através do pensamento lógico de que o objetivo final da relação sexual é a procriação, estipula assim a heterossexualidade como o padrão. Essa regulação não só consolida este modelo hegemônico, mas também nos permite enxergar com mais clareza os indivíduos considerados “desviantes”, que trilham outros caminhos.

Sabat (2003) salienta em sua dissertação que “a reprodução da heterossexualidade como a sexualidade normativa torna imprescindível a produção do outro, com igual constância e precisão” (p. 66). A presença do outro seria, portanto, não só o produto da estipulação de um padrão hegemônico, mas também serviria para tensionar e regular as condutas consideradas adequadas dentro desse padrão. Os indivíduos só compreendem o que é norma porque, em contraponto, existe algo que está além da norma, algo que é diferente. Dessa forma, esses dois elementos, que existem um em decorrência do outro seriam, segundo a autora, indispensáveis dentro do processo de reiteração de heteronormatividade. Foucault (1988) nos diz que “lá onde há poder, há resistência”, sendo que a resistência seria inerente ao exercício do poder. Desta forma, os pontos de resistência representados pela luta dos “outros”, ao mesmo tempo que buscam modificar paradigmas estabelecidos, realçam a existência da normatização.

3.3 PEDAGOGIAS CULTURAIS: A RELEVÂNCIA DA PRODUÇÃO CULTURAL PARA O TENSIONAMENTO E AFIRMAÇÃO DA HETERONORMATIVIDADE

Tão imprescindível quanto compreender a construção das relações de poder entre homens e mulheres, a instituição das diferenças e desigualdades entre eles e, por consequência, a estipulação da própria heteronormatividade, é buscar enumerar e entender os mecanismos da sociedade que contribuem para o estabelecimento desses padrões normativos. A partir disso, Costa e Andrade

(2015), ao analisar os estudos de Larrosa (1994) afirmam que, “por seu caráter constitutivo, a pedagogia [...] tem sido uma das tecnologias mais produtivas na regulação de sujeitos” (p. 844).

De fato, tendo direcionado seus estudos para a área da educação, Louro (1997) afirma que se há uma instituição que entende da afirmação de diferenças, distinções e desigualdades, essa instituição é a escola. O exercício da distinção seria praticado pela escola desde o seu início, uma vez que a diferenciação começaria através da iniciação no meio escolar, separando, desta forma, os que tinham acesso ao estudo dos que não tinham. Internamente os alunos também eram segregados, sendo expostos continuamente a métodos de avaliação que os classificavam, ordenavam e hierarquizavam dentro do ambiente escolar. “A escola que nos foi legada pela sociedade ocidental moderna começou por separar adultos de crianças, católicos de protestantes. Ela também se fez diferente para os ricos e para os pobres e ela imediatamente separou os meninos das meninas” (LOURO, 1997, p. 57). Com esta asserção, podemos observar que o caráter distintivo disseminado pela escola está relacionado a questões concernentes a variadas esferas culturais, desde a separação religiosa, passando pela separação de classes e chegando à separação por gêneros, podemos depreender, portanto, que a escola está localizada na gênese da produção das diferenças.

Louro (1997) prossegue sua arguição afirmando que a escola delimita espaços. Utilizando símbolos e códigos, o espaço escolar molda os indivíduos, ensina a eles o que podem ou não podem fazer (ou melhor, o que é apropriado a cada um dos indivíduos considerando principalmente o seu gênero), e assim, ela acaba por segregar e institucionalizar. A autora utiliza como exemplo o viés majoritariamente religioso de diversas escolas que, com a utilização de quadros, crucifixos e esculturas de santos, objetivam apontar aos alunos “modelos” comportamentais a serem seguidos, também permitindo a eles que se identifiquem ou não com esses modelos, abrindo assim um sutil espaço para que o aluno possa se identificar como “desviante”, ou seja, “o outro”, reforçando a ideia de que enquanto o sistema padroniza, ele continuamente também produz indivíduos “diferentes”.

A partir disso, “os sentidos precisam estar afiados para que sejamos capazes de ver, ouvir, sentir as múltiplas formas de constituição dos sujeitos implicadas na concepção, na organização e no fazer cotidiano escolar” (LOURO, 1997, p. 59). Precisamos vasculhar atentamente a composição do ambiente, as pessoas que o integram, os sons, os cheiros e as falas, pois todas essas concepções funcionam como base para produzir as significações normativas que instituem papéis diferentes e desiguais nas sociedades. A força com a qual a escola estabelece padrões, segundo Louro (1997) dá respaldo para que os modelos criados sejam considerados praticamente “naturais”, e essa pressuposta “naturalidade” faz com que os indivíduos considerem a estipulação de atividades

diferentes para homens e mulheres parte da “ordem das coisas”. Portanto, “por um aprendizado eficaz, continuado e sutil [...] gestos, movimentos, sentidos são produzidos no espaço escolar e incorporados por meninos e meninas, tornam-se parte de seus corpos” (LOURO, 1997, p. 61).

Estipulando modos determinados de agir, se portar, se vestir, entre outros fatores, para homens e mulheres, fortalecendo padrões normativos e acentuando desigualdades, podemos perceber a escola como uma poderosa engrenagem que movimenta e amplifica o sistema heteronormativo. Porém, conforme salientado por Andrade e Costa (2015), ainda que as esferas formais sejam imprescindíveis para trabalhar a constante regulação dos corpos às quais os indivíduos são constantemente expostos,

A internacionalização da pesquisa e a importação de ideias pedagógicas facilitada pelo processo de globalização – vivenciado mais intensamente pelas sociedades do século XX a partir dos anos 50-60 – colaboraram para transformações na noção de pedagogia. As discussões produzidas em muitos países, na década de 1960, sobre os conceitos de currículo oculto (APPLE, 1982) e pedagogia invisível (BERNSTEIN, 1984), por exemplo, já indicavam, que a pedagogia não se limitava a práticas escolares explícitas ou institucionalizadas. (p. 49)

Desta forma, começa-se a observar a emergência de um pensamento que considera outros meios, além daqueles exercidos pelas esferas formais, como a escola, como influenciadores consideráveis no momento de produção e regulação dos sujeitos. Costa e Andrade (2015) mencionam que Larrosa (1994), partindo dessa nova abordagem, passa a considerar como dispositivo pedagógico “...qualquer lugar no qual se aprendem ou se modificam as relações que o sujeito estabelece consigo mesmo” (COSTA E ANDRADE, 2015, apud LARROSA, 1994, p. 845).

Partindo também dessa premissa, Sabat (2003) menciona que

Se temos na escola um currículo organizado que se destina a reunir um conjunto de conhecimentos reconhecidos oficialmente como aqueles que são dignos de aprendizagem pelo corpo discente, há também um outro tipo de currículo que prima não por ensinar conhecimentos científicos, mas modos de conduta, de comportamentos, hábitos, disposições, valores e atitudes produzindo, assim, identidades culturais. (SABAT, 2003, p. 22)

Foi a partir deste cenário que o conceito de Pedagogias Culturais surgiu como uma ferramenta que buscava balizar a relação entre os artefatos da cultura e os processos educativos. O conceito de Pedagogias Culturais, portanto, refere-se “...às imagens e fenômenos culturais que educam os indivíduos sem constituir-se, necessariamente, como atividades ou instituições socialmente reconhecidas por essa intencionalidade” (BALISCEI, CALSA, GARCÍA, 2017, p. 157). Portanto, as Pedagogias trabalham a partir da premissa de que, tanto quanto as estruturas formais de ensino, objetos culturais são capazes de produzir, organizar e difundir conhecimentos para as pessoas, porém de maneira diversa, uma vez que estão relacionados ao lazer, ao consumo e ao prazer.

Sabat (2003) ressalta que embora objetivos concernentes à esfera comportamental dos indivíduos, ou seja, a forma como são e agem no mundo, sejam parte do currículo das instituições formais, quando relacionados à esfera cultural, assumem outras características que proporcionam diversas vantagens. A primeira vantagem em relação ao currículo formal a ser enumerada é a sua abrangência, pois o currículo cultural opera tanto dentro quanto fora dos ambientes formais de ensino. A segunda vantagem se relaciona aos meios de instrução, associados a mecanismos de entretenimento, muito mais relacionados ao prazer, à diversão e emoção. A última vantagem seria também a sua “espontaneidade” pois o currículo cultural não apresenta um planejamento dos saberes que pretende difundir e ignora as fronteiras do conhecimento escolar e do conhecimento cotidiano.

Ainda que sejam apresentados os benefícios das Pedagogias Culturais em relação às instituições formais, tanto a esfera formal quanto a esfera cultural objetivam produzir conhecimentos semelhantes. Ambas influem com práticas que ensinam “...comportamentos, hábitos, atitudes, valorizados e legitimados, de maneira hegemônica, pelo grupo social que, momentaneamente, controla a produção de significados e que são prescritos [...] pela mídia que constitui posições-de-sujeito...” (SABAT, 2003, p. 23). Baliscei, Calsa e García (2017) pontuam que, embora os conteúdos disseminados por ambas as esferas possam convergir, seu método de ensino se difere significativamente, pois enquanto a educação escolar prima pela repetição e memorização, produtos culturais fazem o mesmo através de diversão, tecnologia e dinâmica que os transformam em “potências pedagógicas”, cujas metodologias seriam, portanto, mais prazerosas que as escolares.

Essas novas “potências pedagógicas” transformaram o status de produtos midiáticos, sendo que agora observamos “...jornais, programas de TV, peças publicitárias, filmes, revistas, sites e inúmeros outros artefatos que atravessam a vida contemporânea” (Costa e Andrade, 2015, p. 845)

como as outras “engrenagens” de um sistema que busca educar os sujeitos, estabelecer padrões e denunciar diferenças. Portanto, qualquer dispositivo cultural que esteja, a exemplo da escola, relacionado com o estabelecimento de relações de poder, pode ser considerado uma pedagogia cultural. (COSTA E ANDRADE, 2015, p. 845).

Dentro desses artefatos culturais, Costa e Andrade (2015) citam a dedicação de Giroux, na década de 90, de relacionar educação e cultura para aproximar os campos da Educação e da Comunicação. Através do estudo de produções Hollywoodianas e desenhos animados da Disney, o autor destacou que tais produtos culturais têm o poder de reforçar estereótipos de gênero e raça e também de, mediante pedagogia crítica, reescrever essas histórias objetivando criar mecanismos de resistência contra os discursos hegemônicos. Por coincidência, tanto Sabat (2003) quanto Baliscei, Calsa e García (2017), também centram seus estudos acerca do potencial das Pedagogias Culturais nas produções audiovisuais da Disney, empresa de suma importância neste trabalho, como mencionado no capítulo 1, por possuir como subsidiária a Marvel, divisão que produziu o objeto de análise que se seguirá posteriormente. Tal escolha foi realizada por parte dos autores porque todos reconhecem o potencial dos títulos da Disney como produtores e “refletores” de “...comportamentos e valores da sociedade, ao mesmo tempo em que intervêm nela, desestabilizando, reforçando e prestando manutenção às normas e convenções sobre feminilidade” (BALISCEI, CALSA, GARCÍA, 2017, p. 164). De fato, o artigo produzido por Baliscei, Calsa e García (2017), ao analisar 10 pesquisas relacionadas ao mundo cinematográfico da Disney, inclusive permitiu aos autores concluir que as imagens e referências propagadas nos títulos da empresa são mecanismos pedagógicos poderosos, pois ultrapassam as paredes da infância e influem em comportamentos, opiniões e ações de mulheres e homens adultos. Sabat (2003) menciona que “o sucesso alcançado pelas indústrias Disney é espantoso” (p. 23), e que escolheu títulos da Disney como corpus de análise da sua dissertação por considerar a grande penetração que os filmes possuem no mundo contemporâneo e no cotidiano, principalmente para as crianças, o que não só corrobora a proposição de Baliscei, Calsa e García (2017), como também abre margem para observarmos o tamanho do potencial do cinema, de forma geral, enquanto plataforma cultural, na criação, reafirmação e tensionamento de modelos normativos.

Assim, produtos cinematográficos, sejam eles da Disney ou não, seriam considerados importantes “...recursos pedagógicos de produção e transmissão de conhecimentos e saberes, e fazem parte de um amplo e eficiente currículo cultural” (SABAT, 2003, p. 22). Essa perspectiva nos permite depreender que os filmes, enquanto objetos incluídos dentro do currículo cultural, contribuem significativamente de diversas formas para as questões ligadas às relações de poder,

pois estimulam, tensionam, reafirmam e expõem comportamentos diretamente ligados à heteronormatividade e às diferenças por ela produzidas. Portanto, como afirmado por Andrade e Costa (2015) “as pedagogias culturais, em nossa sociedade, visam garantir que a aprendizagem seja contínua, não se restringindo ao tempo e ao espaço da escola, permanecendo atuantes em muitos lugares ao longo da vida” (p. 61).

3.4 ALGUMAS ARTICULAÇÕES: UMA REFLEXÃO ACERCA DAS REPRESENTAÇÕES DAS PERSONAGENS FEMININAS NO UNIVERSO CINEMATOGRAFICO DA MARVEL

Para que possamos articular observações acerca da representação das personagens femininas da Marvel dentro do seu universo cinematográfico, no período pré-Capitã Marvel, é necessário que façamos primeiro um breve retrospecto acerca de como as primeiras heroínas da história foram retratadas. Como a origem das super-heroínas se deu primeiramente através dos quadrinhos, partiremos inicialmente desta mídia para explorar depois os produtos audiovisuais da Marvel.

3.4.1 História

Dando início à proposição, a primeira super-heroína das HQ's foi a Mulher-Maravilha, criada pelo psicólogo William Moulton Marston, em 1941. Seu surgimento, conforme ressaltado por Weschenfelder (2012) se deu na mesma época em que as reivindicações primárias do movimento feminista, como o direito ao voto, ao trabalho e à escola, haviam sido formalmente conquistadas na maior parte dos países ocidentais. Por conta da Segunda Guerra Mundial, principalmente as reivindicações de trabalho ganharam força pois, com a maior parte dos homens na guerra, as mulheres tiveram que assumir seus postos para substituí-los.

Dentro desse contexto, Diana Prince, mais conhecida como Mulher-Maravilha, surge como uma figura de *empowerment*³⁷ para as mulheres da época. Marston a elaborou de forma que ela

³⁷ Atitude de dar poder e autonomia a algo ou alguém. Para mais informações, acessar <http://mulherlider.com.br/blog/voce-sabe-o-que-e-empowerment/>

fosse colocada o mais próximo possível da vida da mulher norte-americana, com a finalidade de que as mulheres pudessem se ver em Diana e na sua força, para que a tivessem como inspiração nos tempos difíceis que estavam sendo vividos. Sua criação também foi pensada para diversificar o gênero nos quadrinhos, até então composto somente por homens protagonistas, atendendo assim leitoras do sexo feminino, um reflexo claro das mudanças nos quadros sociais do país.

Ainda assim, como prova de que produtos culturais se apropriam os aspectos socio-históricos, após o final da Segunda Guerra a forma como Diana foi representada mudou drasticamente. Com o retorno dos homens à força de trabalho, buscou-se reduzir o papel que as mulheres estavam desempenhando na sociedade e isso se refletiu diretamente nos quadrinhos, com a Mulher-Maravilha se tornando mais sexualizada e constantemente sendo salva por outros heróis homens. Melo e Ribeiro (2015) salientam que “quando se reduz o valor de uma pessoa a apenas um de seus aspectos e potenciais, no caso aqui os atributos sexuais da personagem mulher, é desumaniza-la, o que deixa de qualificar como um indivíduo completo” (p. 115). Essa redução do papel da mulher a um atributo específico contribuiria, portanto, para perpetrar um sistema desigual, normatizando aspectos que desumanizam as mulheres como parte importante e integrante da sociedade.

Neste sistema desigual, Melo e Ribeiro (2015) afirmam que “é o homem que dita a aparência da mulher, dentro das regras do que ele acredita ser a imagem da mulher ideal, mulher que comporta tanto o corpo da sexualidade e/ou maternidade” (p. 110) e isto se dá principalmente pelo fato de que ele era considerado o público-alvo majoritário não só dos quadrinhos, mas de todos os produtos midiáticos existentes. Assuntos como beleza, casa e crianças eram concernentes às mulheres, mas todos os outros eram pautados para atender às necessidades masculinas (RODRIGUES, MENEZES, BANDEIRA 2015, p. 1). Rodrigues, Menezes e Bandeira (2015) afirmam que “é devido a este mito inicial na imprensa comum de que todo público consumidor é tratado como homem, que a imagem da mulher é tão problemática e pouco problematizada nos meios de comunicação contemporâneos” (p. 2).

Partindo desse pressuposto, a indústria cultural acaba por apoiar a representação feminina em cima de estereótipos específicos, que relegam as mulheres a papéis secundários e repletos de clichês, fato este que seria fortificado pela monopolização da indústria cultural pela mão dos homens, que reproduzem suas visões de mundo. Uma análise³⁸ dos 900 filmes mais vistos entre 2007 a 2016, realizada pela *New York Film Academy*, mostra que apenas 30,5% dos personagens

³⁸ Para mais informações, acessar <https://www.nyfa.edu/film-school-blog/gender-inequality-in-film-infographic-updated-in-2018/>

com falas eram mulheres, sendo que apenas 12% das produções possuíram elenco com um número balanceado entre os dois sexos. Os números ainda variavam de acordo com quem estivesse trabalhando no *backstage*, pois o índice de mulheres participando das produções subia 5,4% quando o filme era dirigido por uma mulher e 10,7% quando era roteirizado por uma mulher.

Rodrigues, Menezes e Bandeira (2015) afirmam que a constante estereotipificação a qual as mulheres são relegadas na indústria cultural, principalmente em um cenário majoritariamente masculino como o dos quadrinhos, deixa as personagens femininas nele existentes em situação de vulnerabilidade. Isto ocorreria porque, ao não serem tratadas como protagonistas, suas histórias não possuem o mesmo cuidado na criação e na manutenção das narrativas, o que facilita a sua descontinuação e descarte sem justificativas aparentes.

Ainda assim, não se pode afirmar que, após o surgimento de Diana como figura de *empowerment* e a sua posterior relegação a papéis secundários (que não se sustentou – posto que a personagem segue firme e forte³⁹ como um ícone da cultura pop), não foram realizados outros movimentos que objetivaram tensionar os papéis das super-heroínas nos quadrinhos decorrentes de movimentos socio-históricos. Seguindo a “onda” dos movimentos pela libertação feminina, na década de 60, Weschenfelder (2012) relata que Stan Lee e Jack Kirby não só criaram os X-Men, mas as primeiras X-Women. Essas mulheres possuíam origens diversas, narrativas e vidas pessoais intrigantes, fazendo delas personagens complexas, distintas e cujo protagonismo as colocava em pé de igualdade com outros heróis pela primeira vez em quase duas décadas após o lançamento da HQ da Mulher-Maravilha.

O contexto socio-histórico que permitiu o aparecimento das X-Women possui, em sua gênese, pontos de contato importantes entre pensamentos feministas e pós-estruturalistas. Louro (1997) afirma que essa aproximação não só gerou afinidades, mas também gerou zonas de desconforto, a partir da ampliação das redes de debate entre estudiosos na medida em que algumas feministas foram se apropriando de insights pós-estruturalistas e outras os rejeitaram. Scott (1995) traça paralelos importantes a partir da apropriação desses conceitos, se baseando principalmente em Foucault e Derrida, e afirma que é de suma importância “...desconstruir o “caráter permanente da oposição binária” masculino-feminino” (LOURO, 1997, p. 31). Essa desconstrução seria de extremamente relevante porque Scott (1995), observa que as sociedades possuem, de forma quase axiomática, uma compreensão dicotômica e polarizada sobre os gêneros, que afirmam a existência

³⁹ O filme da Mulher-Maravilha, lançado em 2017, arrecadou US\$ 821,8 milhões mundialmente e possui uma sequência a ser lançada no dia 4 de junho de 2020. Para mais informações, acessar <https://www.omelete.com.br/mulher-maravilha/mulher-maravilha-1984-tudo-o-que-sabemos>

do homem e a mulher como dois “...opostos que se relacionam dentro de uma lógica invariável de dominação-submissão” (LOURO, 1997, p. 31). Esta lógica dicotômica contribui também para a compreensão de superioridade do primeiro elemento em relação ao segundo, sendo que quando o homem é considerado a norma, a mulher passa a ser este segundo elemento, ou seja, o gênero submisso.

Portanto, a proposição da desconstrução dessas dicotomias é de suma importância porque nos fornece subsídio para observar alguns fatores: primeiro que os polos não são estruturas separadas, mas se entrecruzam, sendo que o masculino conteria o feminino e vice-versa, formando estruturas pluralizadas e fragmentadas, “afinal não existe a mulher, mas várias e diferentes mulheres que não são idênticas entre si” (LOURO, 1997, p. 32), segundo que a desconstrução se opõe firmemente contra a lógica que tende a apontar para uma fixidez dos papéis exercidos por cada gênero, proporcionando o rompimento desses termos considerados opostos, uma vez que os indivíduos não são apenas homens e mulheres, mas homens e mulheres de diversas raças, religiões, idades, etc., o que perturba a noção simplista gerada pelo pensamento binário focado na relação dominação-submissão. Portanto, Louro (1997) afirma que “uma das consequências mais significativas da desconstrução dessa oposição binária reside na possibilidade que abre para que se compreendam e incluam as diferentes formas de masculinidade e feminilidade que se constituem socialmente (p. 34), rompimento que acabaria por abalar o caráter nitidamente heterossexual presente dentro da conceituação de “gênero”.

É a partir deste cenário de contestação que surgem os estudos gays e lésbicos, gestados desde a década de 1970, em disciplinas como História, Antropologia e pelo movimento de liberação gay (RODRIGUES, 2008, p. 125). Rodrigues (2008) afirma que tais estudos, embora pioneiros por seu caráter interdisciplinar, logo foram sucedidos por uma evolução que culminou na teoria *queer*, sendo que esta nova abordagem sugeria uma “nova etapa da institucionalização dos estudos gays e lésbicos, na década de 1990”. (RODRIGUES, 2008, p. 125).

O termo *queer* procura transcender postura crítica e valorativa sobre a noção entre certo e errado, *gay* e *straight*, alegre e normal, homo e heterossexual respectivamente. A questão está em reordenar o discurso dominante tentando esvaziar sua condição pejorativa. (RODRIGUES, 2008, p. 126)

Desta forma, observa-se na perspectiva *queer* uma atitude de enfrentamento que busca transpor as barreiras do preconceito e da exclusão ocasionados pela estipulação de modelos heteronormativos, englobando uma abordagem que busca superar o binarismo e amplificar as “...possibilidades no que tange as relações de pessoas do mesmo sexo, reposicionadas politicamente por afirmação, marcação de espaço”. (RODRIGUES, 2008, p. 126).

A partir da elucidação acima, pode-se observar que a assunção de uma postura desconstrucionista gerada através de conceitos pós-estruturalistas propõe que se pense de maneira pluralizada, se despidendo de lógicas simplistas que preveem a superioridade masculina em detrimento da feminina ou representações universais que não apresentam as particularidades e complexidades que existem na construção dos sujeitos. É a partir da construção de perspectivas desse tipo que as personagens femininas nos quadrinhos (e nos produtos culturais decorrentes deles) passaram a ser assumidas como protagonistas tanto quanto os homens, e suas características físicas e comportamentais tornaram-se mais diversas. Alguns exemplos que podemos observar decorrentes desse “novo momento” são Ororo Munroe (figura 1), X-Women popularmente conhecida como Tempestade, que é de origem africana, e Kamala Khan (figura 2), conhecida como Ms. Marvel, que é de origem paquistanesa, por exemplo.

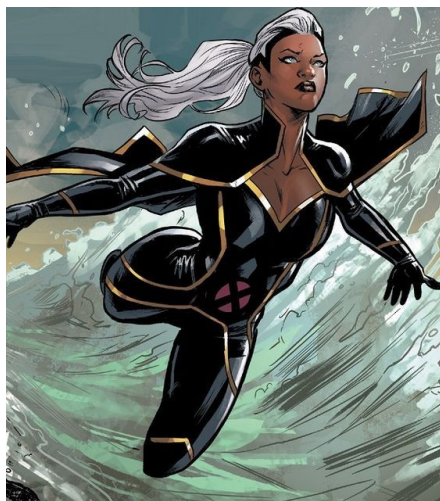


Figura 3. Ororo Munroe, popularmente conhecida como Tempestade.



Figura 4. Kamala Khan, mais conhecida como Ms. Marvel, com o seu hijab em volta do pescoço.

Tal postura desconstrucionista é um processo contínuo que remonta até os dias atuais no ramo dos quadrinhos, posto que as personagens acima representadas foram originadas em 1975 e 2013, respectivamente, o que denota certa continuidade da proposição de pluralidade e protagonismo. Reflexos estes que posteriormente seriam trazidos para produções audiovisuais diversas no futuro, como observaremos a seguir no Universo Cinematográfico da Marvel.

3.4.2 A representação das personagens femininas nos primeiros dez anos de Universo Cinematográfico da Marvel

Ao longo desses quase 12 anos de existência, podemos afirmar com convicção que a Marvel Studios atingiu marcas invejáveis de bilheteria. Vingadores: Ultimato, lançado no dia 25 de abril de 2019, desbancou o recorde possuído pelo filme Avatar desde 2009, e atingiu a maior bilheteria da história do cinema, de US\$ 2,8 bilhões de dólares mundiais. O sucesso, tanto deste filme quanto de tantos outros do estúdio, como proposto anteriormente no capítulo 1 deste trabalho, só foi possível graças à combinação de 3 fatores narrativos: existência de um universo compartilhado enquadrado em um contexto atual, personagens relacionáveis e cativantes e o aumento da representatividade e diversidade entre os super-heróis.

O último item, especificamente, merece especial atenção. A produção de filmes como Pantera Negra e Capitã Marvel, lançados em 2018 e 2019, respectivamente, ao mesmo tempo em

que deu protagonismo a personagens cuja existência e personalidade os caracterizam por serem “minorias”, ampliou a percepção acerca da falta de personagens mais pluralizados nos filmes anteriores do Universo Cinematográfico da Marvel.

Antes desses “novos” heróis ganharem suas próprias produções audiovisuais, que podemos caracterizar como bastante recentes, os papéis exercidos por personagens negros e principalmente por mulheres eram meramente de coadjuvantes. Portanto, para posteriormente compreender que tensionamentos ou reafirmações que a personagem Carol Danvers, popularmente conhecida como Capitã Marvel, trouxe com o seu protagonismo para dentro deste universo, é importante que primeiro abordemos a forma como as personagens eram/são representadas nas produções anteriores da Marvel.

Pode-se afirmar que há, aproximadamente, de 30 a 40 personagens femininas dentro Universo Cinematográfico da Marvel, porém não podemos nos enganar pelos números. O que pode vir a indicar um alto nível de presença nas telas nos primeiros 10 anos da Marvel Studios, na verdade significou um número sem-par de papéis coadjuvantes para as personagens femininas dentro deste universo. Desde a aparição de Pepper Potts, assistente pessoal de Tony Stark, que viria a se tornar sua futura esposa e presidente da sua empresa, no primeiro filme do Homem de Ferro, em 2008, até os lançamentos atuais do estúdio, pode-se afirmar que absolutamente todas as personagens femininas, excetuando Carol Danvers, exerceram papéis coadjuvantes dentro das produções do estúdio. De fato, um estudo realizado por Melanie Gerard e Mark Poepsel, da *Southern Illinois University Edwardsville*, denominado “*Black Widow: Female Representation in the Marvel Cinematic Universe*” indicou que, em uma análise de 2.300 personagens, a partir dos 100 filmes mais rentáveis de 2014, foi revelado que personagens femininas representaram apenas 12% das protagonistas dos filmes, fato que, por si, denota a rejeição das mulheres a papéis secundários e contribui para a crença de que o lugar das personagens femininas é nos bastidores, “no grupo de apoio” ao herói, mas nunca como verdadeiras protagonistas. Como vimos anteriormente, a representação das mulheres através de estereótipos ou papéis secundários é motivada muitas vezes pela replicação de visões de mundo masculinas, uma vez que a maior parte da indústria cultural é composta por homens, e isto não é diferente dentro da Marvel. Uma análise realizada pelo site AdoroCinema, no ano de 2018, demonstrou que nos primeiros 10 anos do estúdio, 97,96% do time criativo dos filmes era composto por homens⁴⁰.

Dentro da esfera de coadjuvantes as quais as personagens femininas da Marvel foram, pela maior parte da história da divisão cinematográfica da empresa, relegadas, devemos realizar uma

⁴⁰ Para mais informações, acessar <http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-139261/>

breve análise para poder avaliar como foram exercidos os papéis que foram dados a essas personagens dentro das narrativas do UCM no período que antecede o lançamento de Capitã Marvel. Isto é importante para que possamos compreender mais claramente como, antes da primeira aventura solo de uma protagonista feminina, estavam sendo trabalhadas as questões relacionadas a atribuição de papéis, relações de poder e heteronormatividade neste universo.

Tomando como a norma o padrão heteronormativo vigente demonstrado anteriormente neste capítulo e unindo os conhecimentos adquiridos acerca das relações de poder, que pressupõem papéis específicos para homens e mulheres, lançarei mão de 4 observações que pude realizar ao longo destes quase 12 anos em que acompanho este universo expandido. Estas observações objetivam analisar as personagens quanto às suas sexualidades, suas caracterizações físicas, suas funções e seus comportamentos, para que se possa determinar os tensionamentos e reforços aos padrões da maneira mais abrangente possível.

Dando início à proposição, a primeira observação a ser enumerada refere-se à quantidade esmagadora de personagens femininas cujo papel inclui ser o interesse amoroso do herói protagonista. Personagens como Peppet Potts, Hope Van Dyne, Peggy Carter, Feiticeira Escarlata, Jane Foster e Gamora, por exemplo, exercem estes papéis em algum grau, senão integralmente. Suas jornadas pessoais acabam por ser eclipsadas por esses interesses e reforçam determinados padrões normativos, como a heterossexualidade, que se mostra absolutamente dominante entre as personagens. Em contraponto a este fator e reforçando aspectos ditados por Sabat (2003), quando o modelo heteronormativo é reforçado, torna-se mais fácil distinguir também os indivíduos considerados “desviantes” dele. Neste caso, aponta-se uma “não observação”, portanto o que chama mais atenção é a ausência de sexualidades distintas. Certas personagens possuem atitudes ou aparências “desviantes” que sugerem outras sexualidades, a exemplo de Valquíria, personagem de Thor, e da Anciã, personagem representada na figura 3, presente em Doutor Estranho, mas nada é explicitado, o que denota uma fragilidade de representação homossexual dentro deste Universo. Neste aspecto também cabe ressaltar que nenhum protagonista masculino mostrou comportamentos considerados “desviantes” em relação à sexualidade, embora o personagem do Colecionador, retratado na figura 4, encontre-se em situação semelhante à das personagens mais recentemente citadas. Pierre Bordieu (1998), em seu livro denominado “A Dominação Masculina, descreve que

A forma particular de dominação simbólica de que são vítimas os homossexuais, marcados por um estigma que, à diferença da cor da pele ou da feminilidade, pode ser ocultado (ou exibido), impõe-se através de atos coletivos de categorização que dão margem a diferenças significativas, negativamente marcadas, e com isso a grupos ou categorias sociais estigmatizadas. (BORDIEU, 1998, p. 143)

Esta estigmatização seria exercida pela opressão através da “invisibilização”, ou seja, da negação da existência dos homossexuais como esfera a ser conhecida e reconhecida. Segundo Bordieu (1998), este processo configura um método de violência simbólica porque o ser estigmatizado tende a enxergar a si mesmo através das percepções dominantes, e isto pode o incentivar a censurar a si mesmo, aceitar forçadamente as categorias consideradas “corretas” ou a exercer a sua sexualidade de maneira envergonhada, com constante medo de ser visto ao mesmo tempo em que deseja ser reconhecido pelos demais indivíduos homossexuais.



Figura 5. A anciã, mentora de Doutor Estranho.



Figura 6. O Colecionador, personagem presente em Guardiões da Galáxia.

O segundo aspecto pertinente de exame se remete especificamente as características físicas apresentadas pelas personagens mulheres do estúdio. É possível observar, a partir de uma análise geral dos filmes, que a maior parte das mulheres retratadas se atém às suas contrapartes dos quadrinhos e correspondem aos padrões heteronormativos sem realizar grandes tensionamentos. A maior parte das personagens, portanto, se enquadra nos padrões de beleza normativos, possuindo corpos esbeltos e sendo, na sua grande maioria, brancas.



Figura 7. Personagens femininas reunidas em Vingadores: Ultimato. Da esquerda para a direita: Okoye, Valquíria, Gamora, Pepper Potts, Vespa, Mantis, Shuri e Nebulosa.

No entanto, depreende-se um subsequente aumento na diversidade de representações com a aparição da Anciã, já retratada neste capítulo, a personagem Valquíria (figura 5), cuja primeira aparição se deu em Thor: Ragnarok, e das personagens presentes em Pantera Negra (figura 6). Portanto, pode-se demonstrar que a inclusão de personagens de caráter mais andrógino e personagens negras iniciou o sutil movimento em direção à pluralização das representações femininas dentro do estúdio.



Figura 8. Valquíria, heroína presente em Thor: Ragnarok.



Figura 9. Personagens de Pantera Negra, da esquerda para direita: Shuri, Nakia, Okoye e Ramonda.

A terceira observação que permite pontos de análise remete aos trabalhos/funções exercidos pelas personagens femininas da Marvel. Personagens como Hope Van Dyne (popularmente conhecida como Vespa) e Pepper Potts exercem funções de presidência na Pym Tech e nas Indústrias Stark, respectivamente. Jane Foster, mesmo como interesse romântico do próprio deus do trovão, é uma renomada cientista. Peggy Carter exerceu o papel de espiã na época da Segunda Guerra e fundou a S.H.I.E.L.D.⁴¹, organização em que Natasha Romanoff trabalhou como espiã por muitos anos posteriormente. Gamora, enquanto filha adotiva do titã Thanos, era uma de suas mais talentosas guerreiras ao lado de sua irmã Nebulosa. Okoye é líder das Dora Milaje, a guarda pessoal do rei T'Challa, o Pantera Negra. Todos os exemplos acima citados remetem a trabalhos majoritariamente realizados por homens, seja por sua importância política, econômica ou física, o que sugere tensionamento em relação à crença no estabelecimento de papéis que relegam as mulheres a funções de trabalho secundárias, de pouca importância e até mesmo de pouca periculosidade. Ainda assim, é importante salientar que, mesmo exercendo funções que usualmente são ocupadas pelo sexo oposto, vários dos papéis atribuídos a essas personagens foram possibilitados pela ação de homens, a exemplo de Tony Stark, que cedeu a presidência para Pepper e Hank Pym, que, ao se aposentar, permitiu que sua filha Hope assumisse a diretoria, e todos eles permanecem como coadjuvantes. Assim, podemos observar que mesmo os tensionamentos realizados através do exercício de funções majoritariamente masculinas pelas personagens femininas, além de representarem meros *backgrounds* que não possuem um vasto desenvolvimento, em alguns casos só são possibilitados através de papéis normatizados, em que o homem cede o lugar de poder à mulher voluntariamente.

Por fim, o último fator passível de observação a ser explanado remete-se ao comportamento das personagens dentro desse universo expandido. Acredito que, este, de fato, seja o aspecto em que o tensionamento dos padrões vigentes se torna mais visível, pois as personagens da Marvel têm como característica personalidades fortes, de enfrentamento, questionamento e decisão, fatores normalmente relacionados ao comportamento masculino. É possível enxergar isso principalmente através de personagens guerreiras como Okoye, Gamora, Nebulosa, Hope, Natasha, Nakia e Valquíria, entre outras, mas são traços comuns a todas as mulheres do Universo da Marvel, incluindo antagonistas como Hela, a deusa da morte e Fantasma.

Desta forma, pode-se depreender que, pela perspectiva da sexualidade e do pressuposto da instituição de papéis específicos para homens e mulheres através das relações de poder imbricadas na sociedade, a breve explanação realizada a partir da observação enquanto fã e articulações com

⁴¹ Organização fictícia liderada por Nick Fury, equivalente a agências como CIA, Interpol e afins.

conceitos explanados neste capítulo, demonstra que as personagens femininas do Universo Cinematográfico da Marvel, como coadjuvantes, realizaram sutis tensionamentos, mas mantiveram-se em muitos aspectos ligadas aos padrões normativos, principalmente no que concerne à heterossexualidade. Sua atuação representativa, portanto, se vê atenuada não só pelo modo como são representadas, mas também pela sua falta de protagonismo, questão essa que só viria a ser resolvida com o surgimento de Carol Danvers.

4 FASTER! UMA ANÁLISE DE CAPITÃ MARVEL

O presente capítulo apresentará conceituações teóricas que visam dar apoio à metodologia de pesquisa e à análise que se seguirá, com o objetivo de compreender plenamente de que forma as construções heteronormativas são tensionadas e/ou reforçadas dentro do filme Capitã Marvel.

4.1 METODOLOGIA

O procedimento inicial para a construção do presente trabalho deu-se através do método de pesquisa bibliográfica. Para Stumpf (2012) a pesquisa bibliográfica pode ser considerada, em um sentido mais amplo, o planejamento global inicial de qualquer trabalho, porém, em um sentido restrito

...é um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico. (STUMPF, 2012, p. 51)

Portanto, este método de pesquisa objetiva a reunião de documentos específicos relacionados ao tema estudado, para que na construção de um trabalho acadêmico, sejam utilizados como aporte à argumentação proposta pelo escritor. Gil (2008) ainda salienta que “a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente” (p. 50) e, com isso, o autor busca elucidar que, principalmente quando o problema de pesquisa requer dados dispersos, a pesquisa bibliográfica proporciona a reunião dessas informações de maneira muito mais rápida. Outro aspecto de suma importância a respeito deste método é seu caráter indispensável nos estudos históricos, pois em muitos casos não há como conhecer “fatos passados” senão através de dados secundários. No que concerne a este trabalho, os autores utilizados nos capítulos anteriores foram trabalhados entre si com o intento de fornecer os subsídios necessários para que se fundamentasse esta análise.

Após a fundamentação estabelecida através da Pesquisa Bibliográfica, o método escolhido para analisar o objeto de pesquisa foi a Análise de Conteúdo. Segundo Rodrigues (2008), a Análise de Conteúdo é um método de pesquisa baseado em análise de texto que foi desenvolvido dentro das Ciências Sociais, sendo que ele possibilita a “...consideração de categorias, tipificações, qualidades e suas distinções, estabelecendo relação entre o caráter quantitativo das recorrentes categorias.” (p. 143). Seu caráter técnico é híbrido, permitindo a sobreposição de dados quantitativos e qualitativos, sendo também caracterizado como uma técnica de investigação narrativa que pode utilizar não só textos escritos, mas cenas, o que permite ao pesquisador realizar maiores inferências acerca do impacto de produções em determinadas épocas (FRASNELLI, 2018).

Dentro da Análise de Conteúdo, o método escolhido foi a técnica de decupagem proposta por Rodrigues (2008), em sua tese de doutorado, que é composta pela construção de uma tabela dividida em duas partes, sendo a primeira coluna constituída por diálogos, locuções e demais sons presentes nas cenas, e a segunda formada pelos frames mais relevantes para um melhor entendimento do que está ocorrendo na cena a ser analisada. Tais métodos foram selecionados por se mostrarem mais apropriados para a geração de uma análise mais rica, uma vez que o objeto a ser estudado se trata de uma produção audiovisual.

4.2 QUEM É CAROL DANVERS?

O objeto de estudo desta análise é Carol Danvers, popularmente conhecida como Capitã Marvel, protagonista do filme homônimo lançado mundialmente pela Marvel Studios no dia 8 de março de 2019, Dia Internacional da Mulher. Entre as 23 produções audiovisuais existentes dentro da empresa, Capitã Marvel se destaca por ser o primeiro filme de uma protagonista mulher dentro desse universo integrado. O filme, seguindo os moldes de Pantera Negra, cuja equipe de *backstage* era majoritariamente composta de profissionais negros, também apostou em uma equipe criativa feminina de peso para conferir uma abordagem adequada à produção. Anna Boden na co-direção em conjunto com Ryan Fleck, se tornou a primeira mulher a dirigir um filme da Marvel. Pinar Toprak assumiu a trilha sonora, sendo também a primeira mulher a conquistar essa posição criativa dentro do estúdio. O roteiro também contou com o trabalho de Geneva Robertson-Dworet e a história foi escrita por Meg LeFauve e Nicole Perlman em conjunto com os diretores. O filme conquistou mundialmente US\$ 1,1 bilhão de dólares em bilheteria, se tornando uma das 25 maiores

bilheteria da história do cinema⁴², batendo recordes de filmes consagrados como “Batman: O Cavaleiro das Trevas Ressurge”.

Ainda assim, a primeira aparição de Carol Danvers ocorreu muito antes de seu sucesso nas telas, tendo surgido em 1968, na revista *Marvel Super-Heroes #13*, por Roy Thomas e Gene Colan. Cabe ressaltar que a origem⁴³ de Carol nos quadrinhos diverge bastante da origem trazida pelo produto audiovisual e, para evitar possíveis mal-entendidos, uma vez que a personagem possui uma história de mais de 50 anos nos quadrinhos, me aterei especificamente à sua origem fílmica, que é a mais relevante para a análise que se seguirá.

De forma resumida, podemos citar a trama de Capitã Marvel como uma história de autodescobrimento pois, ao mesmo tempo em que descobrimos a origem de Carol, ela mesma descobre. Para facilitar o entendimento da trama, há 2 apêndices destinados à descrição dos personagens e um glossário dos temas fictícios presentes na produção.

Posto isso, Carol inicia sua história no planeta Hala, capital da nação Kree. Ela faz parte de uma equipe de guerreiros chamada *Starforce* desde que foi salva pelo seu mentor, Yon-Rogg, de uma invasão Skrull bem-sucedida 6 anos antes. Carol não possui lembranças claras da sua vida antes de chegar à Hala e isso a atormenta constantemente, fazendo dela uma guerreira talentosa (capaz de soltar rajadas de fótons pelas mãos), mas impulsiva, fato que é constantemente criticado por seus companheiros Kree.

Após uma missão mal-sucedida, Carol cai em uma emboscada e acaba sendo capturada por alguns Skrulls, que mexem nas memórias dela buscando informações sobre uma mulher chamada Wendy Lawson. Ao acordar, Carol se liberta graças aos seus poderes e luta para escapar dos Skrulls, fazendo com que a nave inimiga fosse danificada e todos caíssem na Terra. Devotada à sua missão de capturar os inimigos, Carol prossegue com seus objetivos em solo terráqueo e acaba por encontrar Nick Fury, um agente da S.H.I.E.L.D., que decide ajudá-la após presenciar a capacidade dos Skrulls de se transformarem em qualquer pessoa que eles vissem, o que possibilitaria uma capacidade de infiltração sem precedentes. Tendo consciência de que os Skrulls estavam atrás de uma tecnologia secreta produzida por Wendy Lawson, de quem Carol não se recorda, ela vai atrás de informações e acaba por descobrir verdades que mudam o curso de sua vida. Segundo os arquivos vasculhados, Carol havia sido uma competente piloto da Força Aérea Americana dos Estados Unidos que havia morrido em serviço ao participar de um voo não autorizado com a Dra. Wendy Lawson. Após de esclarecimentos, ela procura ir atrás do nome que aparece em seu

⁴² Para mais informações, acessar <https://www.omelete.com.br/marvel-cinema/capita-marvel-se-torna-uma-das-25-maiores-bilheterias-da-historia>

⁴³ Para mais informações, acessar <https://www.omelete.com.br/marvel-comics/capita-marvel-a-origem-o-passado-polemico-e-o-renascimento-da-heroina#3>

relatório: Maria Rambeau. Ela a encontra em Illinois, morando com a filha Mônica, e ambas se emocionam com o aparecimento de Carol. Dessa forma, a protagonista descobre que a mulher com quem ela tinha vindo falar era a sua melhor amiga de muitos e muitos anos e, após uma longa conversa, Maria e Mônica mostram à Carol seus pertences, que acabam por despertar diversas memórias da sua vida na Terra. Talos, um comandante Skrull, as interrompe e pede um cessar fogo à Carol, dizendo que possuía informações importantes do dia em que ela havia caído com a Dra. Lawson, contidas em uma caixa preta.

Carol decide escutar o conteúdo da caixa e descobre que ela e Lawson haviam sido emboscadas por um inimigo alienígena, que ao contrário de suas lembranças, não eram Skrulls, e sim Krees. Ao serem atingidas pela nave Kree, Carol realiza com sucesso uma manobra de emergência e ambas caem perto de um lago, mas sobrevivem. Lawson, ao ser retirada da nave por Carol, revela que seu verdadeiro nome é Mar-Vell e que ela é uma Kree disfarçada que desenvolveu uma tecnologia que pretendia acabar de vez não só com a guerra Kree-Skrull, mas com todas as guerras. Mar-Vell tenta se levantar, alegando que precisava destruir o núcleo do avião em que elas estavam para que o inimigo não o pegasse, mas logo após leva um tiro, o que alerta Carol para a presença do inimigo, que vem se aproximando a largos passos. Ao observá-lo de longe, Carol descobre que o inimigo na verdade era seu próprio mentor, Yon-Rogg, e que a memória que ela tinha desse momento havia sido distorcida pelos Kree para parecer que era um ataque Skrull. Yon-Rogg inquiriu Carol sobre o núcleo do avião e ela, se lembrando das palavras de Lawson, instintivamente dirige a arma que tinha em suas mãos para o núcleo do avião e atira, causando uma grande explosão. Carol é atingida diretamente pela energia do núcleo do avião caído e, por milagre, acaba o absorvendo. Yon-Rogg, após conseguir se levantar depois da explosão, se aproxima de Carol e, ao descobrir que ela havia absorvido a energia do núcleo, decide levá-la para Hala.

Carol fica chocada em descobrir que havia sido enganada por 6 anos pelos Kree e principalmente por Yon-Rogg. Talos afirma que ambos tiveram suas vidas roubadas pelos Kree e que a guerra havia dizimado o povo dele, que agora só buscava um lar para tentar recomeçar. O núcleo do avião que Lawson havia construído fazia parte de uma fonte maior, que estava no laboratório de Lawson que orbitava a Terra, e ele podia auxiliar os Skrulls a buscarem uma nova casa em um local onde os Krees não poderiam encontrá-los. Carol decide ajudá-los ao notar que estava no lado injusto de uma guerra milenar e ela, Maria e Fury, decidem partir com Talos e o seu cientista para o laboratório de Mar-Vell para ajudá-los. Lá eles encontram outros Skrulls refugiados, incluindo a família de Talos. A *Starforce* aparece e subjuga todos, prendendo os Skrulls e levando Carol para ser examinada pela entidade sagrada Kree, a Inteligência Suprema. Carol conversa duramente com a Inteligência, e após grande discussão, consegue se liberar do controle mental

exercido pela mesma, libertando todo o potencial dos seus poderes, que estavam sendo limitados por um dispositivo Kree acoplado ao seu pescoço. Após uma batalha com seus antigos companheiros de equipe, Carol os derrota e Maria e Fury conseguem evacuar os Skrulls com sucesso para a Terra. Yon-Rogg, que havia tentado fugir de Carol para deter a evacuação Skrull, tem sua nave derrubada por ela e, após cair, confronta Carol a enfrenta-lo “sendo ela mesma”. Carol atinge Yon-Rogg com sua rajada de fótons, caminha lentamente até ele e afirma que “não precisa provar nada a ele”, o mandando de volta à Hala com uma mensagem para a Inteligência Suprema. Após voltar para Illinois por um breve tempo, a protagonista decide partir com os Skrulls para ajuda-los a encontrar um lar e dá a Nick Fury um pager modificado para caso um dia ele precise acionar ela novamente em uma emergência.

4.3 A ESCOLHA DO CORPUS E CATEGORIAS SELECIONADAS PARA ANÁLISE

Como mencionado anteriormente neste capítulo, o objeto de análise selecionado é o filme *Capitã Marvel*. A partir deste objeto, busca-se analisar como se dão os tensionamentos e possíveis rompimentos entre a norma e o que foge dela, a partir da construção e da representação de Carol Danvers. Como mencionado anteriormente, foram criados apêndices cuja leitura é previamente recomendada para facilitar a fluidez e clareza na leitura dos quadros.

A partir do método de Análise de Conteúdo direcionado para a decupagem técnica proposto por Rodrigues (2008), utilizarei duas categorias norteadoras para a análise do objeto propostas por Frasnelli (2018). As duas categorias, que são *Representações* e *Relações*, foram propostas com base nas articulações realizadas especificamente no capítulo 3 deste trabalho, e como afirmado por Frasnelli (2018) “...não têm por objetivo limitar a análise e o olhar sobre o objeto; elas servem, sobretudo, para guiar a análise e orientar a leitura do corpus” (p. 45).

A categoria denominada *Representações* tem por objetivo analisar a parte da produção audiovisual que se relaciona com questões de representação e visibilidade, buscando tensionamentos a partir da perspectiva dos estereótipos que cercam as representações femininas dentro do padrão hegemônico. Esta categoria foi selecionada por sua relevância, baseando principalmente nos subcapítulos 3.1 e 3.4, que abordam questões concernentes à formação de identidades e da representação feminina elucidados por Louro (1997, 2004), Hall (1992) e Sabat (2003), e na representação específica das super-heroínas, explanada por Weschenfelder (2012), Melo e Ribeiro (2015) e Rodrigues, Menezes e Bandeira (2015).

A categoria seguinte, chamada *Relações*, tem o propósito específico de compreender a dinâmica das relações entre Carol e os demais personagens do longa, buscando localizar e examinar os tensionamentos que são realizados pela protagonista ao se deparar com interlocuções que presumem padrões normativos diversos previstos pelo sistema heteronormativo. Este ponto específico foi escolhido pois, como ressaltado no capítulo 3.2 deste trabalho, através de autoras como Joan Scott (1995), Louro (1997) e Sabat (2003), é demonstrado que a estipulação de sistemas de padrão hegemônicos pautam a maneira como homens e mulheres se comportam e se relacionam na sociedade, pressupondo uma estrutura essencialmente binária, que coloca o homem como principal figura de poder e relega a mulher a um papel submissivo.

Portanto, a partir das categorizações acima citadas, a presente análise da produção fílmica *Capitã Marvel* centrada em Carol Danvers se dará através de cenas pré-selecionadas que estão relacionadas, por caráter de relevância, ao escopo deste trabalho. O presente estudo visa observar pontos de tensionamento e desestabilização de padrões normativos, partindo de uma perspectiva desconstrucionista, uma vez que Sabat (2003) e outros autores, como demonstrado no subcapítulo 3.3, salientam a importância de determinados produtos culturais como forma de aprendizado constante para os indivíduos, tanto para normatizar quanto para romper padrões.

4.4 ANÁLISE DAS CENAS DE CAPITÃ MARVEL

4.4.1 Representações

Para facilitar o processo de leitura dos quadros a seguir, concernentes neste subcapítulo à categoria *Representações*, será mostrado o quadro com a devida cena e após será apresentada a análise.

Quadro 1:

Yon-Rogg e Carol estão lutando em uma sala de treinamento. Carol é atingida por um soco e cai no chão.

Ela se levanta e ambos continuam lutando silenciosamente até que Yon-Rogg subjuga Carol novamente.

Texto - Yon-Rogg:

“Você tem que esquecer o passado.”

Texto - Carol:

“Não consigo lembrar dele.”

Texto - Yon-Rogg:

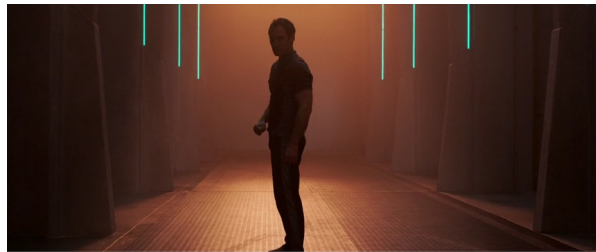
“Isso cauda dúvida em você. E isso deixa você vulnerável.”

Prossegue a luta, Carol continua sendo derrubada sistematicamente por Yon-Rogg. Em um impulso de raiva, ela ergue a mão e ameaça soltar uma rajada de fótons no mentor.

Texto - Yon-Rogg:

“Controle isso. Perca o controle novamente e terá que lidar com a Inteligência Suprema. Não há nada mais perigoso para um guerreiro do que a emoção.”

Yon-Rogg ajuda Carol a se levantar. Ambos trocam olhares e Carol sorri com cara de deboche, a luta recomeça.



Texto - Yon-Rogg:

“Humor é uma distração. Raiva só é boa para o inimigo.”

Prosegue a luta e Carol é novamente jogada no chão. Em outro impulso, ela atinge Yon-Rogg com uma rajada de fótons.

Percebendo que cruzou os limites, Carol faz cara de preocupação.

Logo após a luta, Carol e Yon-Rogg estão em um trem a caminho do local onde a Inteligência Suprema se encontra. Carol questiona Yon-Rogg sobre a Inteligência e sobre o uso dos seus poderes.

Texto - Carol:

“Qual é o sentido de me dar isso se não se quer que eu os use?”


Texto - Yon-Rogg:

“Eu quero que você os use. A Inteligência Suprema me deu a responsabilidade de te mostrar como usá-los.”

Texto - Carol:

“Eu sei como.”



<p>Texto - Yon-Rogg: “Bem, se isso fosse verdade, você teria me derrubado sem isso.” A conversa muda de tom e Yon-Rogg busca falar seriamente com Carol. Texto - Yon-Rogg: “Controle seus impulsos. Pare de usar isso (aponta para o coração de Carol) e comece a usar isso (aponta para a cabeça de Carol). Quero que você alcance o seu potencial máximo para que se torne a melhor versão de você mesma.”</p>	
--	--

Fonte: elaborado pela autora (2019)

Nessas duas cenas, Yon-Rogg observa Carol como uma guerreira impulsiva, movida pelos próprios sentimentos e de temperamento irritável, o que a tornaria mais vulnerável. Ao salientar a importância de controlar os sentimentos para se tornar “a melhor versão de si mesma”, Yon-Rogg não só está recomendando a Carol que suprima parte de sua personalidade, mas reforça a ideia de que sentimentos tornam guerreiros fracos em batalha. Esta noção acerca dos sentimentos coloca a mulher “naturalmente” em posição de desvantagem, pois segundo as lógicas predominantemente dicotômicas presentes na sociedade mencionadas por Louro (1997), o homem é considerado o ser da razão, enquanto a mulher estaria relacionada à emoção. Frota (2012) corrobora esta proposição ao salientar em seu artigo que homens são vistos na sociedade como os seres racionais, enquanto as mulheres seriam o equivalente a uma multidão histórica. Desta forma, a concepção de Yon-Rogg sobre o que significa ser um bom guerreiro se mostra atrelada aos ideais comportamentais masculinos apresentados pela sociedade, fazendo da personalidade de Carol pretensamente inadequada para o serviço. Assim, Carol não só é colocada como uma guerreira cujo modo de ser é fora dos padrões, como Yon-Rogg busca reforçar o estereótipo de que mulheres são emotivas e, conseqüentemente, não são guerreiras tão adequadas quanto homens.

Quadro 2:

Carol está em frente à uma Lan House na Terra olhando um grande mapa. Um homem de moto estaciona ao seu lado e tentar puxar assunto com ela.

Texto - Motoqueiro:

“Belo traje de mergulho.”

Carol apenas o ignora e o motoqueiro insiste novamente em falar com ela.

Texto - Motoqueiro:

“Relaxa docinho, sem sorriso para mim?”

Carol continua o ignorando, ao que o motoqueiro se indigna e decide insultá-la.

Texto - Motoqueiro:

“Aberração.”

Após o motoqueiro desistir e entrar em um bar ao lado da Lan House, Carol rouba uma roupa de uma loja e a moto do motoqueiro que a insultou.



Nessa cena, ao ignorar as tentativas de flerte do motoqueiro e reagir de maneira retraída, sem qualquer tentativa de contentar a opinião do mesmo, Carol demonstra sua personalidade indócil e pouco dada a “gracinhas”. Desta forma, ela subverte as normas que predizem as mulheres como seres dóceis, afáveis e bem-comportados e demonstra que não precisa tolerar flertes quando não está interessada. O comportamento de Carol, portanto, demonstra a existência de outras formas de “ser” mulher que não estão relacionadas aos estereótipos que estabelecem o ser feminino como gentil, amigável, quase etéreo. Este movimento também demonstra uma propensão à abordagem desconstrucionista abordada por Louro (1997), uma vez que a forma como Carol lidou com a situação foi considerada “fora do padrão”, sugerindo a existência de outras formas de exercer a feminilidade. A reação do motoqueiro reforça a ideia de que o comportamento de Carol foi considerado “incorreto” e não habitual, fortificando a ideia presente na maioria dos estereótipos que cercam as figuras femininas de que se espera que as mulheres sejam sempre indivíduos abertos e simpáticos.

Outro aspecto pertinente de ser avaliado nesta cena é relacionado à recusa de Carol em responder ao flerte do motoqueiro, que denota um notório desinteresse em relação ao amor romântico, fator este que costuma permear as narrativas que circundam personagens femininas. Desta forma, Carol subverte a expectativa quase “natural” do público em torno de um desenlace amoroso e gera um certo mistério em torno da sua sexualidade que, por não ser abordada de maneira clara, a torna um indivíduo “desviante” justamente pela narrativa não ter a ambição de esclarecer sua orientação. Louro (1997) e Petry (2011) ressaltam que indivíduos que transgridem normas relacionadas ao gênero e à sexualidade proporcionam deslocamentos na relação pretensamente “natural” que determina a heteronormatividade como o padrão e Carol, ao não tornar óbvia sua orientação, contribui para esse movimento.

Quadro 3:

Após se encontrar acidentalmente com Nick Fury no bar Pancho's, Carol, vestida como civil, se infiltra na base Pegasus com a ajuda dele.



Carol está se preparando junto com Maria, Fury e Talos para ir até a nave de Mar-Vell. Ela vai até a varanda da frente da casa e encontra Mônica, filha de Maria, com seu casaco da época de piloto. Mônica oferece o casaco à Carol, que diz para ela guardar até voltar da missão, mas pede ajuda de Mônica para escolher novas cores para o seu traje.

Texto - Carol:

“Mas tem uma coisa em que preciso da sua ajuda. Não posso mais usar essas cores Kree, E já que, obviamente, você é a única pessoa com algum senso de estilo aqui...”

Carol levanta e ensina à Mônica como mexer no aparelho que muda as cores do traje.

Mônica mexe por alguns momentos e, após algumas tentativas, Carol aponta para a camiseta de Mônica da Força Aérea dos Estados Unidos, sugerindo a ela utilizar as mesmas cores.

Texto - Carol:

“Bem... já que estamos no mesmo time... Como estou?”

Texto - Mônica:

“Novinha em folha.”







Fonte: elaborado pela autora (2019)

Nestas cenas, é possível observar em maiores detalhes o disfarce escolhido por Carol como civil e seu traje de heroína. As roupas escolhidas por Carol enquanto civil são folgadas, pouco reveladoras, de caráter andrógino, sem acessórios tipicamente femininos, como saias e vestidos, por exemplo, o que denota a sua falta de preocupação em se enquadrar em um padrão específico de feminilidade. Ao adotar esse visual, Carol tensiona o estereótipo típico da personagem que costuma se vestir com itens declaradamente femininos a fim de expor com clareza o seu gênero. Com seu traje de super-heroína não é diferente. Embora ele seja mais justo ao corpo, o uniforme cobre Carol da cabeça aos pés, evitando assim a sua hiperssexualização, fator comum dentro das histórias em quadrinhos principalmente pelo público majoritário ser masculino, conforme salientado por Rodrigues, Menezes e Bandeira (2015).

Ainda assim, Carol não deixa de se enquadrar em padrões hegemônicos de beleza, uma vez que sua representação fílmica (e também nos quadrinhos) se dá através de uma atriz que é branca e magra, traço predominante entre as heroínas de forma geral. Portanto, ainda que Carol promova

tensionamentos em relação aos padrões normativos estipulados para a feminilidade, exaltando assim outras formas de “ser” mulher, tanto como civil quanto como guerreira, ela não deixa de ser representada de acordo com padrões hegemônicos que estipulam como principal ideal de beleza as mulheres brancas e esbeltas.

Quadro 4:

<p>Carol é subjugada dentro da nave de Mar-Vell e Yon-Rogg a coloca para falar com a Inteligência Suprema.</p>	
<p>Dentro da mente de Carol, a Inteligência Suprema aparece, agora usando uma jaqueta de couro, reflexo das lembranças readquiridas. Ao fundo toca Nirvana, e ambas começam a conversar.</p>	
<p>Texto - Carol: “Eu costumava acreditar nas suas mentiras. Mas os Skrulls só estão lutando por um lar. Fala em destruí-los pois não se submeterão ao seu domínio. E eu também não vou.”</p>	
<p>Texto - Inteligência: “Encontramos você. Acolhemos você como uma de nós...”</p> <p>Texto - Carol: “Vocês me usurparam! Do meu lar, da minha família, dos meus amigos!”</p>	
<p>A Inteligência transporta Carol para lembranças do seu passado. Surgem diversos</p>	

momentos da vida de Carol em que ela falhou. A Inteligência segue o seu discurso, falando para Carol como ela é fraca.

Texto - Inteligência:

“Lembre-se: sem nós...”

Texto - Vozes vindas das lembranças:

“Desista, Carol!”

Texto - Inteligência:

“...você é fraca.”

Texto - Vozes:

“Fique no chão!”

Texto - Inteligência:

“Você é falha.”

Texto - Vozes:

“Vai sair da pista. Vá devagar. Está pensando em se matar?”

Texto - Inteligência:

“Incapaz.”

Texto - Vozes:

“É muito emotiva e fraca. Seu lugar não é aqui!”

Texto – Inteligência –

“Nós te salvamos...”

Texto - Vozes:

“Controle-se...”

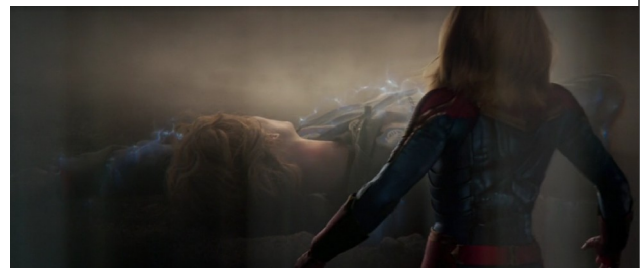
Inteligência:

“...sem nós, você é apenas humana.”

Carol, trazida de volta de suas lembranças, reflete sobre as palavras da Inteligência Suprema.

Texto - Carol:

“Tem razão. Eu sou apenas humana.”



Ela volta a se lembrar dos momentos mostrados pela Inteligência, mas por outra perspectiva. Em cada um dos seus flashbacks, ela se lembra como, ao cair, também se levantou.

As lembranças dão força à Carol, que se levanta e se volta para a Inteligência Suprema

Texto - Inteligência:

“Em Hala, você renasceu como Vers.”

Texto - Carol:

“Meu nome é Carol.”

Carol acende seus pulsos e se joga contra a Inteligência Suprema para se livrar do seu controle.

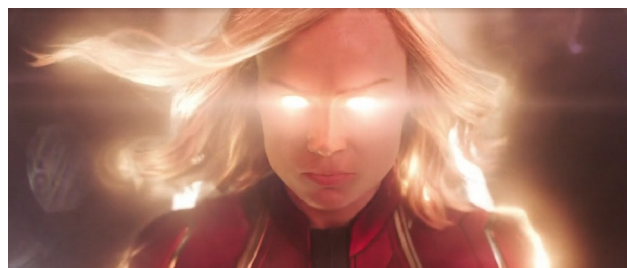
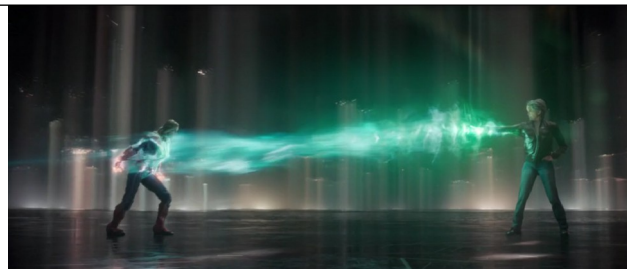
Texto - Carol:

“Estive lutando com um braço amarrado nas minhas costas. Mas o que acontece quando... eu



finalmente me liberto?”

Carol quebra o controle da Inteligência sobre si e desencadeia todo o potencial dos seus poderes pela primeira vez.



Fonte: elaborado pela autora (2019)

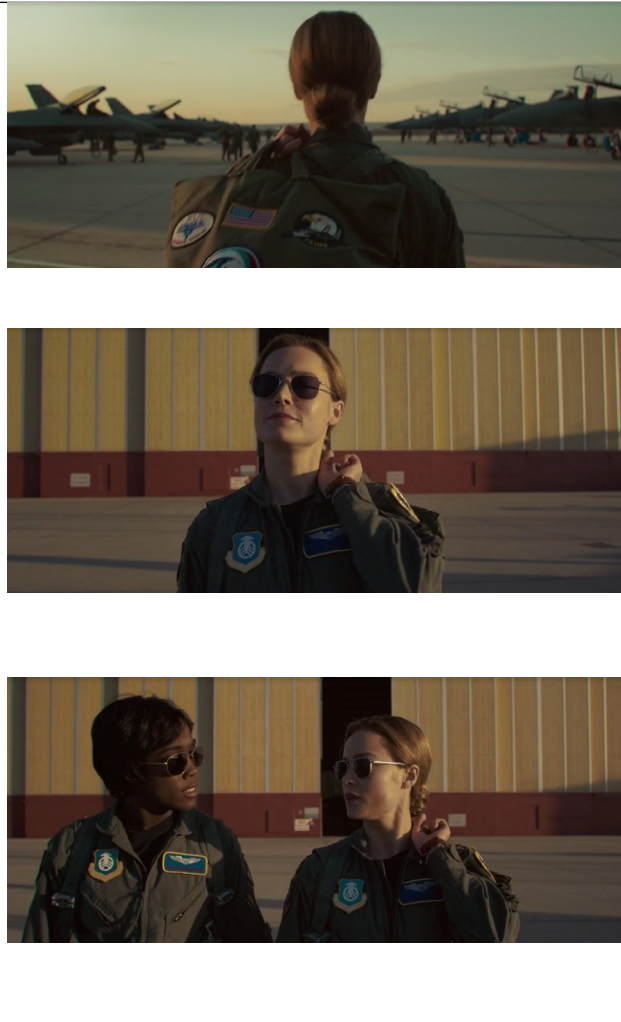
Quando a Inteligência Suprema mostra à Carol os momentos da vida dela em que ela falhou, todos esses momentos estão relacionados às atitudes de Carol que seriam consideradas atípicas à representação feminina hegemônica. Nas imagens, Carol está exercendo funções presumidas como tipicamente masculinas, como ao jogar beisebol, entrar para a Força Aérea e se tornar uma piloto, por exemplo. Neste contexto, a Inteligência busca elucidar que todos os enfrentamentos realizados pela protagonista quando ela procurava tensionar representações resultaram em falhas, tentando demonstrar para Carol que o seu lugar não era aquele. Dessa forma, a Inteligência assume o papel de entidade reguladora, uma vez que tenta expor para Carol que o seu comportamento, considerado “errático”, ocasionou sempre uma sucessão de falhas. Essa exposição, objetivando causar constrangimento e mal-estar em Carol, enquadra-se no que Bordieu (1998) descreve como violência simbólica, uma vez que a Inteligência procura, através do desencorajamento, neste caso, fazer Carol admitir sua própria incapacidade e inadequação enquanto pessoa.

Quando Carol rememora que, apesar das falhas vivenciadas, ela se levantou e continuou a perseguir seus objetivos em todas as vezes, ela se mostra como uma figura que, a despeito dos desencorajamentos sofridos constantemente por parte dos indivíduos enquadrados nos padrões hegemônicos, se propunha a continuar tensionando as normas. Esta resolução de continuar atuando ativamente em áreas predominantemente masculinas, mesmo quando todas as pessoas a sua volta buscavam desencorajá-la, reforça sua personalidade combativa e, portanto, “diferente” dos estereótipos comuns às representações das mulheres.

4.4.2 Relações

As cenas analisadas a seguir serão orientadas através da mesma estrutura proposta na categoria anterior, com a apresentação do quadro e posterior análise.

Quadro 5:

<p>Carol foi feita refém pelos Skrulls, que se infiltram dentro de sua cabeça e começam a desenterrar memórias para encontrar informações. No meio da busca, surge uma base aérea com diversos caças em seu pátio, com Carol andando entre eles.</p> <p>Carol encontra uma colega piloto e ambas começam a conversar.</p> <p>Texto - Maria: “Onde está a sua cabeça?”</p> <p>Texto - Carol: “Nas nuvens. E a sua?”</p> <p>Texto - Maria: “Nos meus ombros. Prestes a mostrar a esses garotos como nós fazemos. Está pronta?”</p> <p>Texto - Carol: “Mais alto, mais distante e mais rápido, baby.”</p> <p>Texto - Maria: “É isso aí!”</p>	
---	---

Fonte: elaborado pela autora (2019)

Quando Maria pergunta à Carol se ela está pronta para “mostrar aos garotos como elas fazem”, sua pergunta pretende instar Carol ao desafio de mostrar que elas são pilotas tão boas, senão melhores, quanto os demais pilotos homens que trabalhavam na Força Aérea. Ao chamar os homens de “garotos”, a posição de poder masculina não só é minimizada pelas pilotas, como é claramente demonstrado que o seu maior desafio, dentro de um ramo majoritariamente masculino, é

demonstrar que seus talentos se equiparam e até superam o dos outros homens. A anuência de Carol à pergunta de Maria sugere tensionamento das relações de poder pois ambas as personagens estão dispostas a dar o melhor de si para se equiparar aos pilotos homens, buscando romper com estereótipos que tentam relegar as mulheres a posições secundárias e de pouca importância.

Quadro 6:

Enquanto os Skrulls ainda vasculham a mente de Carol em busca de informações, troca o cenário. Surge uma pista de kart, aparece Carol criança, disputando uma corrida com outros meninos. O irmão de Carol a interpela de outro carrinho.

Texto - Irmão:

“Você está indo rápido demais, precisa desacelerar.”

Carol acelera ainda mais o carrinho, perde o controle e sofre um acidente.



Seu pai vai até ela após o acidente e começa a censurá-la por participar da corrida.

Texto - Pai:

“No que diabos estava pensando? Você não pertence a esse lugar!”

Texto - Carol:

“Você o deixa dirigir.”



Fonte: elaborado pela autora (2019)

O questionamento de Carol ao seu pai mostra que, desde pequena, a protagonista buscava argumentar contra a ideia de que mulheres não pertencem a determinados locais e não podem realizar determinadas atividades por conta do seu sexo. Desta forma, a jovem Carol demonstra que não se contenta com a ideia de ser privada de realizar o que bem entender baseado no pressuposto normativo que estipula que mulheres devem ser passivas e se contentar com atividades de menor “risco” por serem consideradas mais frágeis. Ao inquirir diretamente o seu pai dizendo que ele deixava o seu irmão dirigir, Carol demonstra a desigualdade existente no tratamento dado à homens e mulheres e tensiona os pressupostos heteronormativos que definem os papéis atribuídos a cada um dos sexos, mostrando que seu irmão, por ser homem, possuía o direito de dirigir, enquanto ela, por ser mulher e posteriormente ter se acidentado, fora considerada inadequada para a prática de tal atividade.

Quadro 7:

Carol e Maria estão sentadas na cozinha de Maria. Carol pressiona Maria para que conte o que aconteceu naquela manhã em que foi dada como morta.

Texto - Carol:

“Se eu conseguisse colocar todos os pedaços do que aconteceu naquela manhã juntos, talvez tudo fará sentido.”

Maria fica receosa, mas decide contar à Carol.

Texto - Maria:

“Você me acordou batendo na porta ao amanhecer, como de costume. Naquela época nós tínhamos que levantar muito cedo. A USAF ainda não deixava mulheres pilotarem caças, logo, testar aviões da Lawson era nossa chance de ser importante. Você queria apostar corrida até a base com o seu Mustang, e eu não quis discutir, sabia que o meu Camaro ganharia, mas você trapaceou e pegou um atalho.”

Texto - Carol:

“Pegar atalho é trapacear?”

Texto - Maria:

“Quando viola regras pré-determinadas, é.”

Texto - Carol:

“Não lembro delas.”

Texto - Maria:

“Claro que não.”

Maria assume um tom repentinamente sério e triste e olha com intensidade para Carol.

Texto - Maria:

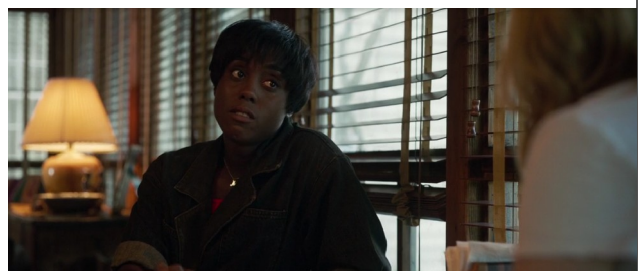
“Quando eu cheguei no hangar, Lawson estava agitada. Ela disse que tinha vidas para salvar. Ela queria pilotar, mas você disse que...”

Texto - Carol:

“...se vidas estivessem em perigo, eu pilotaria o avião.”

Texto - Maria:

“Isso. É. Grande momento de heroína. O momento que ambas estávamos esperando.”



Fonte: elaborado pela autora (2019)

Quando Maria conta para Carol sobre o dia em que ela foi dada como morta, ela ressalta que a USAF (Força Aérea dos Estados Unidos) não deixava as mulheres pilotarem caças na época, sobrando para elas a função de serem pilotas de testes para a Dra. Wendy Lawson. Nessa passagem, pode-se observar a existência de um padrão hegemônico dentro da Força Aérea que previa apenas

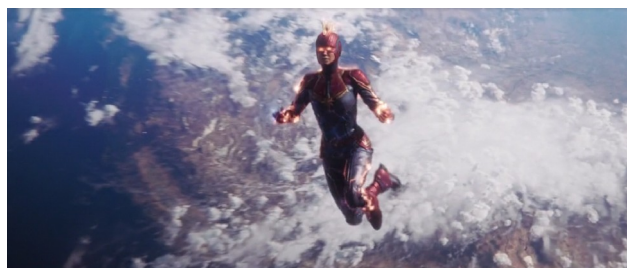
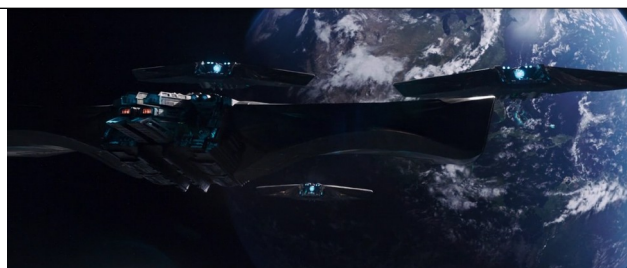
que homens poderiam ser pilotos, sendo que a existência de pessoas como Carol e Maria neste ambiente tensionava esta norma. A partir disso, a USAF se viu obrigada a negociar com as relações de poder existentes, objetivando encontrar uma brecha que conseguisse encaixar Carol e Maria, qualificadas como pilotas, em um projeto que as permitisse exercer a profissão que escolheram.

Maria ainda salienta que, quando Carol se habilitou para pilotar o avião para Lawson, ela realizou um verdadeiro ato de heroína, um momento pelo qual ambas estavam esperando. Desta forma, vemos que não só a mera existência das personagens dentro de um meio majoritariamente masculino proporciona o tensionamento de relações de poder, mas que a sua insistência em fazer parte desse ambiente também tinha como objetivo “fazer a diferença”, um tipo de “diferença” que o padrão hegemônico tornava exclusivo aos homens. Portanto, quando Carol decidiu pilotar o avião para Lawson, finalmente foi possibilitado a ela que exercesse um papel heroico, normalmente restrito aos homens, desestabilizando mais uma vez a norma.

Quadro 8:

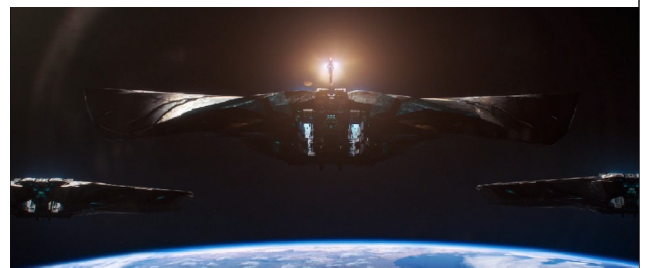
Com seus poderes liberados, Carol percebe o surgimento das naves Kree dos Acusadores. Sabendo da sua pretensão de lançar mísseis em direção à Terra, ela dispara para conter a ameaça.

Após conseguir neutralizar os mísseis e também destruir uma das naves inimigas, Carol vai até à frente da nave principal e encara Ronan, O Acusador, de maneira desafiadora.



Ao observar a força do poder de Carol, Ronan decide bater em retirada para não entrar em um embate direto com ela.

Carol vê as naves Kree partirem.



Fonte: elaborado pela autora (2019)

Com o potencial dos seus poderes liberado ao máximo, Carol acentua os traços de enfrentamento de sua personalidade. Assim, ela é reforçada mais uma vez como uma mulher fora dos padrões comportamentais típicos das personagens mulheres segundo os estereótipos estabelecidos. Sua impulsividade e suas emoções, antes consideradas por Yon-Rogg como falhas, são utilizadas por ela como força para que a personagem exerça o seu papel de heroína, permitindo

que a emotividade tradicionalmente relacionada às mulheres torne-se passível de ressignificação: o que antes era considerado uma fraqueza para um guerreiro, torna-se agora uma de suas forças.

Quadro 9:

Carol volta para a Terra e vai até onde Yon-Rogg caiu na sua tentativa de fuga da nave de Mar-Vell. Yon-Rogg vê a chegada de Carol de longe e se prepara para a batalha.

Ambos se encaram por alguns instantes. Yon-Rogg, ciente do tamanho dos poderes de Carol, decide abandonar as suas armas e falar com ela, tentando-a convencer a lutar com ele sem usar seus poderes.

Texto - Yon-Rogg:

“Eu estou tão orgulhoso de você. Você cruzou um longo caminho desde o dia em que encontrei você naquele lago. Mas você consegue controlar as suas emoções o suficiente para me derrotar? Ou elas levarão a melhor sobre você, como sempre? Eu sempre te disse que você estaria pronta no dia em que você conseguisse me derrubar como você mesma. Esse é o momento, esse é o momento, Vers! Desligue o show de luzes e prove, prove para mim que você consegue me derrotar sem...”

Carol atinge Yon-Rogg com uma rajada de fótons.



Ao ser atingido, Yon-Rogg sai voando com a força do disparo e cai vários metros atrás. Carol anda lentamente até ele e o olha de cima.

Texto - Carol:

“Eu não tenho nada para provar para você.”



Fonte: elaborado pela autora (2019)

A cena acima apresentada é um demonstrativo poderoso da subversão das relações de poder. Como explanado no capítulo 3, a abordagem pautada no determinismo biológico, utilizada por muitas sociedades, justificava o tratamento desigual que era conferido às mulheres, consideradas menos capazes, em parte, por sua fragilidade física. A formação dos estereótipos baseados nesta argumentação fortaleceu a subordinação das mulheres em diversas esferas, ditando os modos de ser e estar “corretos” que, com frequência, relegavam às mulheres a papéis secundários e limitavam suas potencialidades enquanto seres políticos, centralizando o poder na mão dos homens. Quando Carol aparece diante de Yon-Rogg com seus poderes potencializados, a relação de poder entre homem e mulher é invertida, uma vez que a protagonista feminina é muito mais forte que o antagonista masculino. A argumentação de Yon-Rogg, insistindo para que Carol lutasse com ele sem o uso dos poderes representa uma tentativa de retomada dessa relação de poder, porém sendo Carol dotada de uma personalidade não dócil, ela acaba optando por atingi-lo com a rajada de fótons. Ao falar “eu não tenho que provar nada para você” Carol fortalece a relação de subversão já existente por sua força superior, através da sua recusa a se submeter à valoração do seu antigo mentor.

4.4.3 Análise conjunta das categorias propostas

Tendo as cenas de Capitã Marvel sido analisadas separadamente, é preciso realizar uma leitura transversal pelas categorias propostas para que se possa compreender as formas pelas quais Carol tensiona, subverte ou rompe os estereótipos femininos relacionados à representação e relações, ou como reforça e negocia com estes mesmos padrões. Tal recapitulação se mostra necessária para que possamos juntar as observações geradas separadamente em análise para obter conclusões mais precisas e amplas sobre o impacto gerado pelo objeto em sua totalidade no que concerne ao tensionamento e desestabilização dos padrões hegemônicos.

Iniciando esta leitura pela categoria *Representações*, podemos perceber Carol como uma personagem que constantemente tensiona o padrão heteronormativo vigente que pressupõe papéis específicos aos gêneros. Ela possui uma personalidade forte, altamente combativa, impulsiva e, por vezes, agressiva. Ao ser retratada dessa forma, Carol não corresponde ao modelo padrão, estipulado através da heteronormatividade, de como uma mulher deveria agir em sociedade, causando um tensionamento que se intensifica por exaltar a existência de outras formas de “existir” enquanto mulher, corroborando a perspectiva desconstrucionista elucidada por Louro (1997), que pressupõe a existência de personalidades pluralizadas em contraponto às noções universalizadas e dicotômicas, que não respeitam as particularidades dos indivíduos.

A interação de Carol com o motoqueiro em frente à Lan House, embora de curta duração, proporciona uma série de reflexões. Quando Carol nega as investidas do motoqueiro, ela não só o ignora, como rejeita a ideia de amor romântico e de reforço da heterossexualidade presente, como visto anteriormente no subcapítulo 3.4.2, na maior parte dos arcos narrativos que envolvem personagens femininas dentro do universo da Marvel, sejam elas super-heroínas ou não. A história de Carol, de fato, faz questão de não apresentar um par romântico para a protagonista⁴⁴, fator este que demonstra a subversão de uma expectativa tida como “natural” quando se trata das personagens femininas em todo o tipo de filme: de que a felicidade e a progressão narrativa da história da mulher estejam ligadas a uma relação amorosa. Com seu arco narrativo não estando atrelado a um relacionamento amoroso, tampouco sua sexualidade se mostra como um atributo reafirmado e confirmado. Carol não apresenta em nenhum momento indícios de sua sexualidade, o que acaba por tensionar o padrão hegemônico devido a não confirmação da sua orientação. Desta forma, a protagonista transgredir as normas esperadas, pois assume uma posição de identidade sexual não

⁴⁴ Para mais informações, acessar <https://observatoriodocinema.bol.uol.com.br/filmes/2019/03/capita-marvel-kevin-feige-explica-motivo-de-carol-danvers-nao-ter-interesse-amoroso>

determinada, que por si só se mostra “desviante” e, segundo Petry (2011), perturba as noções de sexualidade hegemônicas, que são entendidas como lineares e “naturais”.

Outro aspecto importante cercado pela categoria *Representações* está relacionado à forma como Carol se veste, seja como civil ou como guerreira. Seu traje civil denota uma clara despreocupação em se enquadrar como indivíduo masculino ou feminino, colocando como prioridade questões como conforto e funcionalidade em detrimento de contentar padrões específicos, uma vez que a roupa servia de “disfarce” para Carol poder circular sem chamar atenção indesejada. Seu uniforme de combate, por outro lado, embora seja mais ajustado ao corpo, cobre Carol dos pés à cabeça, indo contra o ideal da hiperssexualização existente na representação da maioria das super-heroínas, conforme ressaltado por Rodrigues, Menezes e Bandeira (2015). Desta forma, Carol subverte as expectativas em torno da representação feminina normativa, como civil e como heroína, contribuindo para que outros atributos da personagem ganhem mais destaque, como sua personalidade, suas habilidades e suas experiências de vida, por exemplo. Atribuo tal abordagem ao grande número de mulheres envolvidas no processo de construção do filme, conforme mencionado no subcapítulo 4.3 que, por certo, auxiliou para que Carol fosse colocada como uma figura de caráter questionador em muitos aspectos, seja através do seu comportamento, da sua aparência física, ou da sua sexualidade.

O último fator a ser mencionado dentro da categoria *Representações* está relacionado às atividades exercidas por Carol ao longo da sua história. Como explanado anteriormente, quando a Inteligência Suprema subjuga Carol e mostra para ela flashbacks do seu passado, todas as lembranças mostradas para a protagonista não só estão relacionadas a momentos de falha, como também estão atreladas a situações em que Carol exerceu atividades consideradas tipicamente masculinas. Porém, quando a personagem é mostrada sempre se levantando diante de todas as adversidades e desencorajamentos constantes, ela assume uma postura de enfrentamento que busca subverter a noção hegemônica que pressupõe que determinadas atividades são “de homens” e outras atividades são “de mulheres”. Desta forma, Carol tensiona o modelo normativo elucidado por Louro (1997), que menciona que as mulheres, por muitos anos, foram relegadas a profissões secundárias cuja esfera deveria se relacionar, de alguma forma, a atributos tradicionalmente associados às mulheres, como o amor, cuidado e sensibilidade, por exemplo. Portanto, ao se colocar dentro de meios majoritariamente masculinos, Carol busca afirmar o direito da mulher de assumir posições diversificadas e se posiciona contra o padrão que determina que certas atividades não são adequadas às mulheres.

Prosseguindo a análise para a categoria *Relações*, o primeiro aspecto pertinente de observação centra-se na atuação de Carol dentro da Força Aérea dos Estados Unidos. Quando Maria

interpela Carol e pergunta a ela se ela está pronta para mostrar aos “garotos” como elas fazem e quando comenta que a única forma de elas exercerem a profissão havia sido testar os aviões da Dra. Lawson, torna-se evidente a tensão existente nas relações entre as duas pilotas com os demais pilotos da Força Aérea, bem como com a estrutura da própria entidade em si. Frota (2012) salienta que a construção dos indivíduos embasada através dos “fatos biológicos” abriu espaço para solidificar as formas de subordinação através das quais foram gerados os estereótipos que determinam que a mulher deve se dedicar à esfera privada, cuidando do maridos e dos filhos, enquanto os homens, por sua força física, estariam aptos a exercer trabalhos pesados. A linha argumentativa elucidada pela autora, portanto, afastaria as mulheres dos lugares públicos onde o poder é mais fortemente exercido e reforçaria a existência de relações de dominação e submissão entre homens e mulheres. A partir disso, observa-se que a existência de pessoas como Carol e Maria dentro da USAF, que neste caso se configuram por serem mulheres e pilotas qualificadas, por conseguinte, tensiona a centralização do poder que é “naturalmente” conferida aos homens, pois possibilita às mulheres mostrarem que podem ser seres políticos, igualmente dotados do mesmo poder que normalmente é relegado ao sexo masculino através da constatação dos “fatos biológicos”.

Carol também exerce este modelo de tensionamento fora da esfera profissional, uma vez que foi demonstrado que desde pequena ela possuía atitudes que objetivavam questionar o estabelecimento de lugares específicos a homens e mulheres. Quando o pai de Carol a interpela após o seu acidente de kart salientando que ela não pertencia àquele lugar, a protagonista responde a ele que ele deixava o seu irmão dirigir, denotando uma clara diferença de tratamento entre os gêneros, exclusivamente por ela ser mulher e o seu irmão, homem. O enfrentamento de Carol com o seu pai, portanto, propõe a ele a reflexão acerca da configuração dos espaços que o padrão hegemônico prevê como adequados aos diferentes gêneros, sendo que ela tensiona a relação de poder não só por expor a patente diferença de tratamento entre ambos ao pai, mas por ter a coragem de enfrenta-lo em primeiro lugar, desestabilizando as relações de dominação-submissão abordadas por Louro (1997) e Scott (1995).

Os momentos em que Carol utiliza seus poderes para derrotar e intimidar inimigos também são fortes expoentes para a observação da subversão das relações de poder existentes entre homens e mulheres. Quando Carol explode os mísseis direcionados para a Terra enviados por Ronan e se direciona até a nave dele para intimidá-lo, quando atinge seu antigo mentor com uma rajada de fótons após ele tentar convencê-la a lutar sendo “ela mesma”, ou seja, sem o uso das suas habilidades, Carol faz uso da sua força sobre-humana e de seus poderes para subverter os papéis de dominação-submissão, colocando-se como uma mulher muito mais poderosa do que o homem que a enfrenta. Esta lógica rompe com a argumentação, que dispunha as mulheres como seres menos

capazes e mais frágeis, baseada no determinismo biológico, conforme demonstrado por Louro (1997), uma vez que Carol mostra-se como uma figura fisicamente muito mais forte⁴⁵ do que seus antagonistas masculinos, contribuindo para que ela não se enquadre na perspectiva hegemônica que trata as mulheres como seres vulneráveis por sua constituição física. Sua patente recusa a atender à argumentação de Yon-Rogg também demonstra um notável desinteresse em se submeter a avaliação do seu antigo mentor, que reforça o rompimento da relação de dominação masculina e submissão feminina existente entre os personagens no início do filme. Desta forma, Carol não só subverte as relações de dominação-submissão entre homens e mulheres pela superioridade de sua força física, mas por utilizar suas habilidades para enfrentar os homens que prejudicaram ela e as pessoas que deseja proteger, invertendo a lógica hegemônica das relações de poder e até mesmo a rompendo, como verificado entre ela e seu antigo mentor.

Ainda que, a partir da análise acima, se possa depreender Carol como uma personagem que tensiona e desestabiliza com frequência os padrões relativos à representação feminina e a forma como se dão as relações existentes entre os gêneros, não podemos nos furtar de observar que suas características físicas ainda a enquadram nos padrões de beleza hegemônicos. A personagem pode ser observada como branca, de porte delgado, com cabelos loiros e lisos, todas características valorizadas de acordo com os padrões de beleza atualmente vigentes e que corroboram a sua contraparte dos quadrinhos. Desta forma, observa-se que a personagem é mantida em uma relativa zona de conforto, não rompendo inteiramente com o padrão heteronormativo, ainda que constantemente o tensione. Sua relação com Yon-Rogg, no início do filme, também manifesta uma relação de poder enquadrada nos padrões hegemônicos, uma vez que ele se apresenta como seu mentor Kree e, desta forma, treina Carol como sua pupila, em uma relação tradicional de dominação-submissão. Ainda assim, esta relação se vê progressivamente tensionada e, por fim, rompida, quando Carol descobre suas mentiras e por fim liberta seus poderes.

Portanto, pode-se concluir a partir do estudo realizado, que Capitã Marvel proporciona diversos momentos que permitem à protagonista questionar os estereótipos que circundam o gênero feminino, sejam eles relacionados à representação e visibilidade ou à forma como se dão as relações entre homens e mulheres. Carol mostra-se uma personagem que, diante de inúmeras situações que visavam limitar o seu potencial, a exemplo dos constantes desencorajamentos sofridos por sua atuação em campos predominantemente masculinos, se mantém firme e segue seus objetivos, desafiando o *status quo* de maneira constante e sistemática desde criança. Desta forma, a personagem reforça a existência de outras formas de “ser” mulher que não aquelas estipuladas pelo

⁴⁵ Carol foi descrita pelo presidente da Marvel Studios como a personagem mais poderosa de todo o Universo Cinematográfico da Marvel. Mais informações em <https://www.omelete.com.br/filmes/capita-marvel-ela-sera-de-longe-a-personagem-mais-poderosa-da-marvel-diz-kevin-feige>

padrão hegemônico e ao mesmo tempo expõe as desigualdades sofridas decorrentes da existência de tal sistema regulador de identidades. Ainda que, em contraponto a estes tensionamentos e desestabilizações, a personagem se enquadre fortemente nos ideais de beleza vigentes, pode-se observar a emergência de um movimento dentro do Universo Cinematográfico da Marvel que propõe um novo olhar sobre suas personagens femininas, possibilitando que estas questões continuem sendo trabalhadas e aperfeiçoadas ao longo de outros títulos a serem lançados, visibilizando a existência de mulheres plurais, complexas e, acima de tudo, dignas de protagonismo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como principal objetivo identificar as formas como Carol Danvers, protagonista do título Capitã Marvel, é representada e como ela se relaciona com os demais personagens da produção fílmica, com a finalidade de investigar e compreender se, a partir dos conceitos elucidados em torno de temas como construção social dos gêneros, heteronormatividade, relações de poder e representações das super-heroínas na mídia, a personagem consegue tensionar estereótipos relacionados ao gênero no que concerne à representação feminina em produtos culturais.

A análise deste tema não poderia ter sido desenvolvida sem a realização de uma extensa Pesquisa Bibliográfica. O método contribuiu para que eu pudesse primeiramente recapitular a história da Marvel e traçar o seu perfil enquanto marca para, posteriormente, elucidar a importância da divisão cinematográfica da empresa para o seu sucesso atual, buscando compreender como as narrativas dos títulos lançados são influenciadas por suas práticas enquanto empresa e como isso contribuiu para os seus grandes sucessos de bilheteria. Posteriormente, o mesmo método foi utilizado para traçar um histórico dos movimentos feministas e da construção do gênero, também passando por questões concernentes à formação de identidades, heteronormatividade, pedagogias culturais e representação das super-heroínas em produtos culturais variados. Tal pesquisa se mostrou fundamental para embasar e ampliar as percepções acerca do objeto de estudo durante a realização da Análise de Conteúdo, fornecendo as informações necessárias para a realização de uma investigação mais aprofundada sobre Carol Danvers.

O estudo sobre a Marvel, enquanto empresa e marca, me permitiu observar que a organização tem em sua gênese, desde quando era apenas uma editora de quadrinhos, um apreço especial por histórias socialmente engajadas. Este fator, embora pouco abordado nos primeiros 10 anos da divisão cinematográfica, passou a ser mais amplamente explorado nos últimos 2 anos, resultando em *blockbusters* de imenso sucesso como Pantera Negra e Capitã Marvel, sendo o último o objeto de análise deste trabalho. Após assistir a ambos os filmes, ficou claro para mim que o maior diferencial em relação aos seus predecessores residia na sua forte atmosfera de *empowerment*, pois ambos os filmes, pela primeira vez na história deste universo expandido, traziam como protagonistas personagens que compunham minorias.

Desta forma, tornou-se especialmente importante para mim, enquanto mulher, compreender melhor as construções realizadas em torno de Capitã Marvel. Após obter o embasamento teórico necessário, o título foi novamente assistido e foram selecionadas cenas específicas objetivando analisar as construções de gênero que circundam Carol. Como verificado a partir do referencial

teórico, historicamente, a partir de uma linha argumentativa baseada no determinismo biológico, foram instituídas diferenças e desigualdades entre homens e mulheres que permearam os mais variados aspectos da sociedade. Estas distinções pautadas por aspectos biológicos e, portanto, pretensamente “naturais”, estipularam os comportamentos, profissões e relações adequados a cada um dos sexos, sendo o homem branco e heterossexual tomado como o padrão; o modelo a ser admirado e seguido e, portanto, o sujeito que pratica a dominação. Desta forma, tudo que escapa dos valores normativos vigentes é tomado como diferente; como o “outro”, ou seja, aquele que não se enquadra no padrão. Esses padrões normativos são reforçados através de diversas instituições formais, a exemplo da escola, e informais, a exemplo de produtos culturais como programas de TV e filmes e é a partir deste aspecto que Carol se mostra mais relevante.

Dentro da produção fílmica, seja através da forma como é representada ou da maneira como se relaciona com os demais personagens, Carol constantemente tensiona, desestabiliza e até mesmo rompe com certos padrões considerados hegemônicos. A personagem é dotada de uma personalidade agressiva e não-dócil, sendo que constantemente questiona os papéis de homens e mulheres em sociedade e os desafia ao buscar espaço em meios considerados predominantemente masculinos, como na Força Aérea Americana. A forma como se veste, buscando roupas práticas e funcionais, pouco se importando em se enquadrar aos ideais de feminilidade padrão e seu patente desinteresse pela busca de uma relação amorosa, bem como de expressar claramente sua sexualidade, também denotam tensionamentos em relação aos padrões heteronormativos. O uso de seus poderes para enfrentar seus antagonistas, todos homens, também subverte as relações de poder que partem da premissa da “superioridade” biológica masculina. Todas as questões acima citadas reforçam a recusa de Carol de se enquadrar em estereótipos específicos e demonstram que a personagem permite novos olhares acerca do que significa “ser mulher”, possibilitando a assunção de que a figura feminina não é universal e única, mas sim multifacetada e pluralizada, contribuindo para que se reflita de forma a desconstruir os estereótipos e as atribuições de papéis específicos para as mulheres de acordo com o seu sexo.

Entretanto, mesmo que a protagonista consiga promover tantas desestabilizações, sua aparência se mantém dentro dos padrões hegemônicos. Carol é uma mulher branca, magra, de cabelos loiros e lisos, o que acaba por deixá-la em uma zona de “segurança”; uma vez que está dentro do referencial de beleza convencional. Esta questão, embora necessite ser ressaltada, não representa um demérito às suas outras ações, mas ressalta que embora tenham sido causados tensionamentos, foi evitado um rompimento completo com os ideais normativos vigentes.

Capitã Marvel, portanto, apresenta nitidamente uma protagonista que transpõe muitas das barreiras impostas pelos estereótipos ligados à representação feminina no cinema, mais

especificamente dentro do Universo Cinematográfico da Marvel, e permite a emergência de novos modelos representativos. Isto se mostra de suma importância pois, sendo as produções audiovisuais parte das Pedagogias Culturais, que auxiliam na construção dos sujeitos tanto quanto a escola e a família, o estímulo a representações diferenciadas da figura feminina contribui para que sejam realizadas reflexões e ressignificações do que significa “ser” mulher e do papel que elas possuem dentro da sociedade. Desta forma, Carol se apresenta como uma personagem que, embora não consiga romper todos os estereótipos relacionados à representação das mulheres, amplifica e fortalece o debate em torno de como as representações femininas necessitam ser revistas em diversos produtos midiáticos, o que me permite afirmar que os objetivos do trabalho foram alcançados.

Embora saibamos que ainda existe um longo caminho a percorrer no que concerne à busca por igualdade entre homens e mulheres, vejo a representação de Carol em Capitã Marvel como uma contribuição que corresponde a apenas o início de uma nova fase, não só para as personagens da Marvel, mas para as demais figuras femininas a serem representadas no cinema. Analisar a trajetória de Carol se tratou, para mim, não só de admirar o percurso de autodescobrimento da protagonista, mas de descobrir também a mim mesma e o que defendo como mulher. Espero que este trabalho possa promover reflexões e inspirar a realização de mais estudos acerca da representação feminina e de outras minorias, dando visibilidade a quem, por tanto tempo, se manteve nas sombras.

BIBLIOGRAFIA

BALISCEI, João Paulo; CALSA, Geiva Carolina; GARCÍA, Fernando Herraiz. Imagens da disney (re)produzindo gênero: Revisão da produção acadêmica (2003-2015). **Revista Digital do Lav**, [s.l.], v. 10, n. 3, p.156-178, 26 dez. 2017. Universidade Federal de Santa Maria.

BRUM, Graziela Gomes de. **Atravessando as fronteiras do gênero e da sexualidade: uma análise da trajetória de representações queer na publicidade nas últimas três décadas**. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2017. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/177709>>.

FROTA, Maria Helena de Paula. Igualdade/diferença: o paradoxo da cidadania feminina segundo Joan Scott. **Revista O público e o Privado – Revista do PPG em Sociologia da Universidade Estadual do Ceará (UECE)**. Ceará, n. 19, p.43-58, 2012. Disponível em: <<http://www.seer.uece.br/?journal=opublicoeoprivado&page=article&op=view&path%5B%5D=354&path%5B%5D=500>>.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação. Uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

LOURO, Guacira Lopes et al (Org.). **O corpo educado: Pedagogias da sexualidade**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

MELO, Kelli Carvalho; RIBEIRO, Maria Ivanilse Calderón. Vilãs, Mocinhas ou Heroínas: linguagem do corpo feminino nos quadrinhos. **Revista Latino-americana de Geografia e Gênero**, Ponta Grossa, v. 6, n. 2, p. 105 - 118, ago./dez. 2015.

NICHOLSON, Linda. Interpretando o gênero. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 8, n. 2, p. 9, jan. 2000. ISSN 1806-9584. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11917>>.

PETRY, Analídia Rodolpho; MEYER, Dagmar Elisabeth Estermann. Transexualidade e heteronormatividade: algumas questões para a pesquisa. Porto Alegre: **Textos & Contextos**, v. 10, n. 1, p. 193 - 198, jul. 2011.

RODRIGUES, André Iribure. **As representações das homossexualidades na publicidade e propaganda veiculadas na televisão brasileira: um olhar contemporâneo das últimas três décadas**. Tese de Doutorado – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2008. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/13806/000655317.pdf?sequence=1>

RODRIGUES, Edvaldo; MENEZES, Maria Eduarda; BANDEIRA, Álamo. Mulheres na geladeira: a vulnerabilidade das super-heroínas no universo das histórias em quadrinhos. **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Rio de Janeiro, 2015.

SABAT, Ruth. **Filmes Infantis e a Produção Performativa da Heterossexualidade**. 183 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p.71-99, 1995. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71721/40667>>.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. IN: DUARTE, Jorge; BARROS Antonio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2012. p. 51-61.

WESCHENFELDER, Gelson Vanderlei. **As super-heroínas como instrumento de gênero nas histórias em quadrinhos (HQ's)**. Canoas: La Salle - Revista de Educação, Ciência e Cultura, v. 17, n. 1, jan./jun. 2012.

GLOSSÁRIO

Krees – raça fictícia do universo Marvel cujo império se estende a mais de mil planetas. Inimigos dos Skrulls.

Skrulls – raça fictícia do universo Marvel. São conhecidos por terem habilidades de metamorfose, sendo capazes de se transformar em qualquer forma que tenham visualizado previamente. Inimigos dos Krees.

Hala – capital do império Kree.

Starforce – esquadrão de guerreiros de elite Krees.

S.H.I.E.L.D – organização fictícia de caráter mundial, com poderes equivalentes ao da CIA, Interpol, MI-6 e afins.

APÊNDICE

Descrição dos Personagens Principais:

Carol Danvers: protagonista do filme. Já foi piloto da Força Aérea dos Estados Unidos, mas após sofrer um acidente aéreo que resultou na explosão do núcleo do avião em que estava, ganhou super-poderes e se tornou uma super-heroína intergaláctica.

Nick Fury: agente da S.H.I.E.L.D. encarregado de investigar a presença de Carol na Terra. Após conhece-la, ajuda a protagonista a descobrir mais informações sobre o seu passado e busca se preparar para a contenção de ataques extraterrestres que possam ameaçar o planeta.

Maria Rambeau: piloto da Força Aérea dos Estados Unidos e melhor amiga de Carol. Auxilia a protagonista a recuperar suas memórias terráqueas e contribui para a evacuação dos Skrulls refugiados presentes na nave de Mar-Vell.

Yon-Rogg: mentor Kree de Carol e líder da *Starforce*. Foi o responsável por levar Carol para Hala e mexer em suas memórias para que a mesma acreditasse que havia sido vítima de um ataque Skrull no passado.

Dra. Wendy Lawson/Mar-Vell: mulher Kree infiltrada na Terra para fugir de seu povo. Criou o “motor de velocidade da luz” que tanto Krees como Skrulls estavam procurando.

Mônica Rambeau: filha de Maria Rambeau. Grande admiradora de Carol.

Talos: general Skrull que arma uma emboscada para Carol visando vasculhar suas memórias para obter informações de Mar-Vell. Eventualmente se torna aliado de Carol contra os Krees.

Inteligência Suprema: entidade sagrada e líder dos Krees. Ninguém é capaz de enxerga-la em sua verdadeira forma, fazendo com que ela assuma a forma da pessoa que o indivíduo mais admira.

Ronan, o Acusador: general Kree de grande renome. Tem como principal objetivo dismantelar e destruir operações inimigas nos planetas comandados pelo império Kree.