


unesp  **UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA**
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
Faculdade de Ciências e Letras
Campus de Araraquara - SP

LAURA PEREIRA TEIXEIRA

BEM BARBIEZINHA...FASCISTA:
análise bakhtiniana de vozes sociais sobre mulheres



ARARAQUARA – S.P.
2021

LAURA PEREIRA TEIXEIRA

BEM BARBIEZINHA...FASCISTA:
análise bakhtiniana de vozes sociais sobre mulheres

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa da UNESP/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Linguística e Língua Portuguesa.

Linha de pesquisa: Estrutura, organização e funcionamento discursivos e textuais

Orientador: Profa. Dra. Luciane de Paula

Bolsa: CNPq – Processo 133612/2019-8

ARARAQUARA – S.P.
2021

T266b

Teixeira, Laura Pereira

Bem Barbiezinha... Fascista: análise bakhtiniana de vozes sociais sobre mulheres / Laura Pereira Teixeira. -- Araraquara, 2021

175 p. : il., fotos

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Ciências e Letras, Araraquara

Orientadora: Luciane de Paula

1. Filosofia da linguagem. 2. Estudos Bakhtinianos. 3. Mulher. 4. Ideologia. 5. Vozes sociais. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Ciências e Letras, Araraquara. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

LAURA PEREIRA TEIXEIRA

BEM BARBIEZINHA...FASCISTA: análise bakhtiniana de vozes sociais sobre mulheres

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – UNESP/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Linguística e Língua Portuguesa.

Linha de pesquisa: Estrutura, organização e funcionamento discursivos e textuais

Orientador: Luciane de Paula

Bolsa: CNPq – Processo 133612/2019-8

Data da defesa: 26/05/2021

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Presidente e Orientador: Prof^ª Dra^a Luciane de Paula (UNESP-Assis e UNESP-Araraquara)

Membro Titular: Profa. Dra. Ana Lúcia Furquim Campos-Toscano (Uni-FACEF)

Membro Titular: Profa. Dra. Rosineide de Melo (UFABC)

Local: Universidade Estadual Paulista
Faculdade de Ciências e Letras
UNESP – Campus de Araraquara

As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações expressas neste material são de responsabilidade dos autores e não necessariamente refletem a visão do CNPq.

A todos os pesquisadores brasileiros que, apesar das adversidades, resistem por meio de suas pesquisas e acreditam no poder da educação e da ciência.

AGRADECIMENTOS

Aos meus amados pais, Marco Tulio e Liliane, por abdicarem de tanto por mim e por meus estudos. Essa conquista é nossa: por vocês e para vocês.

Ao amado Samuel, meu companheiro de aventuras, sempre presente nessa “estrada de fazer o sonho acontecer”.

À minha vovó Marília, grande inspiração de vida e para a escolha de minha profissão.

Ao meu avô José e à minha tia Yeda (*in memoriam*): nossas lembranças felizes e a esperança do reencontro me dão ânimo para prosseguir.

À minha orientadora, Luciane de Paula, por todas as oportunidades que me concedeu e por todos os ensinamentos que me proporcionou.

À querida Ana Lúcia, por ter acreditado em mim desde nosso primeiro encontro e por ter me iniciado nos caminhos da pesquisa acadêmica.

À querida Luana, minha irmã de outra mãe. Sou grata por esse encontro de almas que o mestrado possibilitou.

À querida Clara, por ser luz em meu caminho. Obrigada por me acalmar nos momentos em que tudo parecia não ter mais sentido.

À Clara e Luana, por ser impossível imaginar como teria sido essa trajetória sem o nosso trio. Vocês me ensinam, a cada encontro (presencial ou não), como a união feminina é poderosa.

À amiga Larissa, pelas lembranças mais felizes que tenho de minha infância e adolescência. Obrigada por sempre se fazer presente.

Ao amigo Rafael, por cuidar de mim com seu carinho e com o presente da nossa amizade. Muito aprendi e aprendo com você!

À amiga Lorena, por compartilhar comigo as alegrias e angústias da vida adulta, bons passeios e eventos acadêmicos.

À amiga Ana Carol, agradeço por ser a melhor vizinha que eu poderia ter! Você é um exemplo de mulher e pesquisadora, que muito me inspira.

Ao amigo Fábio, pelas conversas que divertem e pelas palavras que sempre conseguem me motivar.

À amiga Ana Amélia, por me ensinar a viver a vida com mais alegria e por me proporcionar momentos que aquecem o coração.

À amiga Nayara, pela amizade bonita e sincera que construímos. Conhecer você foi um presente!

Ao amigo Douglas, por me fazer dar boas risadas, mesmo nos momentos mais caóticos.

À Ana Lúcia Furquim Campos-Toscano e Rosineide Melo, pela leitura cuidadosa do trabalho e pelas considerações importantes que teceram desde a qualificação. Minha eterna gratidão!

Às professoras Marina Célia Mendonça, Renata Coelho Marchezan, Maria do Rosário Gregolin, Rosane de Andrade Berlinck e ao professor Paulo Rennes, pelas aulas enriquecedoras, que muito contribuíram para minha formação e para o desenvolvimento deste trabalho.

Aos professores e professoras da Universidade Federal de São João del-Rei.

Às professoras do Centro Universitário Municipal de Franca, Uni-FACEF, em especial:

Prof^a. Dr^a. Ana Lúcia Furquim Campos-Toscano, Prof^a. Dr^a. Flávia Herker, Prof^a. Dr^a.

Márcia Venâncio, Prof^a. Dr^a Monica de Oliveira Faleiros e Profa. Dra. Sheila Oliveira.

A todos os alunos que, em algum momento, fizeram parte de minha vida e me ajudaram a confirmar o desejo pela docência.

Ao Conselho Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento – CNPq, pelo financiamento desta pesquisa, com número de processo 133612/2019-8.

RESUMO

O presente trabalho propõe analisar enunciados meme veiculados pelas páginas intituladas *Barbie Fascista* e *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*, do *Facebook*. Criadas durante o período do segundo turno das eleições de 2018, essas páginas representam os eleitores/apoiadores de Jair Bolsonaro como os personagens Barbie e Ken, bonecos da *Mattel*, ridicularizando-os. Nosso objetivo é refletir sobre a construção enunciativa irônica dos memes ao caracterizar as mulheres com posicionamento político de direita como Barbies, em uma crítica feita pelas páginas acerca da alienação e deslocamento social das mesmas. Para tanto, tomamos como fundamentação teórica os postulados do Círculo de Bakhtin, sobretudo as concepções de linguagem, ideologia, signo ideológico, dialogismo e vozes sociais. Aspectos caros ao nosso trabalho, refletiremos ainda sobre a ironia e o riso nos estudos bakhtinianos, recursos utilizados para desestabilizar discursos oficiais. Além disso, amparados pelos estudos feministas, torna-se necessário observar o papel da mulher na sociedade, assim como os padrões impostos. O método por nós utilizado é o dialético-dialógico, que se pauta no cotejo com outros enunciados, de diversas esferas e gêneros, como por exemplo, a esfera jornalística, para demonstrar como os memes podem ser compreendidos como enunciados inseridos em uma vasta cadeia discursiva. Os resultados se voltam à reflexão acerca não apenas da compreensão das imagens de mulher construídas nessas páginas, mas também sobre do papel e da noção do que é ser mulher no atual contexto social, histórico e político do país. A contribuição desta pesquisa consiste em apresentar um estudo que busca compreender como os enunciados meme se constituem sobretudo como uma forma de crítica social e compõem um retrato da mulher “cidadã de bem” brasileira, refletido e refratado nas redes sociais.

Palavras-chave: Barbie Fascista. Mulher. Círculo de Bakhtin. Ideologia. Vozes sociais.

ABSTRACT

The present work proposes to analyze utterances posted by the pages *Barbie Fascista* and *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*, from *Facebook*. Created during the period of second turn from 2018's election, these pages represent Jair Bolsonaro's voters/supporters as the characters Barbie and Ken, dolls from Mattel, ridiculing them. Our aim is to reflect about the ironical enunciative construction of the memes when characterizing women with right political positioning as Barbies, on a criticism made by the pages about their alienation and social displacement. Therefore, we take as theoretical fundamentals the postulates from the Bakhtin Circle, especially the concepts of language, ideology, ideological sign, dialogism and social voices. Important aspects on our work, we will also reflect about the irony and laughter in the Bakhtinian studies, used to destabilize official speeches. Furthermore, supported by feminist studies, it becomes necessary to observe the women's role in the society, as the imposed standards. The method used is the dialectical-dialogical, based on the comparison with other utterances, from different spheres and genres, for example, the journalistic sphere, to demonstrate how memes can be understood as utterances located in a wide discourse chain. The results turn to the reflection of not only the comprehension of the women's images built in the pages, but as well about the role and notion of what it is to be a woman in the current social, historical and political context of the country. The contribution of this research consists in presenting a study that seeks to understand how the meme utterances are constituted, especially as a way of social criticism and to compose a picture of the Brazilian "cidadã de bem", reflected and refracted on social networks.

Keywords: Fascist Barbie. Woman. Bakhtin Circle. Ideology. Social voices.

De tudo ficaram três coisas: a certeza de que ele estava sempre começando, a certeza de que era preciso continuar e a certeza de que seria interrompido antes de terminar. Fazer da interrupção um caminho novo. Fazer da queda um passo de dança, do medo uma escada, do sono uma ponte, da procura, um encontro.

Fernando Sabino (1981, p. 154)

Desse modo, toda palavra, falada ou pensada, torna-se *um certo ponto de vista* para algum fenômeno da realidade, para alguma situação. Essa realidade não é uma existência imutável e imóvel, na qual um homem jaz como uma escultura de bronze que não conhece movimento nem desenvolvimento. Não, a verdadeira realidade, na qual vive um homem de verdade, é a *história*, o mar sempre agitado da *luta de classes*, que não conhece a tranquilidade nem a paz.

Valentin Volóchinov (2019, p. 315)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mulheres em protesto contra Bolsonaro	24
Figura 2: O PT quase destruiu a minha vida	26
Figura 3: #FORÇAMITO	27
Figura 4: Edição Extra Revista Veja	30
Figura 5: Capa da revista Istoé (edição 2417)	34
Figura 6: Parlamentares utilizam a expressão “Tchau, querida!”	36
Figura 7: Brigitte Bardot e Barbie	41
Figura 8: Comercial de apresentação da Barbie	43
Figura 9: Barbies em escadaria	44
Figura 10: Acessórios da Barbie	45
Figura 11: Barbie noiva	46
Figura 12: Logo da Mattel ao final do comercial de 1959	46
Figura 13: Postagem da Mattel mostra Barbie e amigos	48
Figura 14 – Florista de cabelos coloridos	51
Figura 15 – Barbie ruiva	52
Figura 16 – Barbie com Vitiligo	53
Figura 17 – Barbie com prótese em perna	54
Figura 18 – Mãe e filha se abraçam ao final do comercial	55
Figura 19 – Créditos iniciais do filme	57
Figura 20 – As esposas de Stepford	59
Figura 21- Mulheres de Stepford a sorrir	60
Figura 22 – Apresentação de Joanna Eberhart	61
Figura 23 – Joanna Eberhart encontra as esposas de Stepford	62
Figura 24 – Joanna e Bobbie se encontram pela primeira vez	63
Figura 25 – Joanna e Walter conversam em escada	64
Figura 26 – Mudança de visual de Joanna	65
Figura 27 – Controle remoto de Stepford	67
Figura 28 – Sistema de Aprimoramento feminino	68
Figura 29 – Resultado após ação do Sistema de Aprimoramento Feminino	69
Figura 30 - Mike exhibe o vídeo sobre Stepfordização	70
Figura 31 – Joanna após processo de Stepfordização	71
Figura 32 – Mulheres quebram os controles remotos	72
Figura 33 – Claire segura a cabeça do robô Mike	72
Figura 34 - A nova Stepford	75
Figura 35 – Abertura do vídeo BBC	77
Figura 36 – Por que me tornei uma #Tradwife?	78
Figura 37 – Movimento <i>Tradwife</i> e ligação com nazismo	80
Figura 38 – Cartaz do filme <i>Mulheres Perfeitas</i>	89
Figura 39 – Documentário sobre movimento TradWife	89
Figura 40 – Vídeo Entrevista com a Barbie Fascista real	90
Figura 41 – Página Barbie e Ken Cidadãos de Bem	91
Figura 42 – Página Barbie Fascista	92
Figura 43 – Barbie Fascista segura metralhadora	93
Figura 44: Filtro da Barbie Fascista	93
Figura 45 – Barbie Fascista sobre a educação	94
Figura 46 – Barbie Fascista sobre a Previdência	94
Figura 47 – Barbie Fascista feminina	95

Figura 48 – Barbie Fascista feminina e depilada	95
Figura 49 – Página Susi pobre de direita.....	103
Figura 50 – Susi pobre de direita.....	103
Figura 51 – Barbie usando droga ilícita	107
Figura 52 – Valores morais e éticos	110
Figura 53 – Exemplo de filtro de perfil, do Facebook	117
Figura 54 – Filtro Se fere minha existência	118
Figura 55 – Eu serei resistência.....	119
Figura 56 – Meme Se Fere a minha crença	120
Figura 57 – Montagem Eu serei resistência	123
Figura 58 – Meme Tomarei sua residência	125
Figura 59 – Meme Você é da resistência?.....	126
Figura 60 – Meme Pelo direito de me defender	128
Figura 61 – Meme Eu sempre torci pra Nazaré.....	134
Figura 62 – Colagem de memes “Acabou a mamata”.....	137
Figura 63 – Meme A educação nesse país caiu muito	138
Figura 64 – Chayene e Socorro, da novela Cheias de Charme	139
Figura 65 – Nome Valentina no Brasil.....	140
Figura 66 – Fotograma “Vocês já viram o preço do Iphone”?.....	143
Figura 67 – Fotograma “O PT acabou com o ensino público do país”	144
Figura 68 – Meme “É só tirar mil reais do seu salário”	146
Figura 69 – Comentários sobre o meme da Previdência	147
Figura 70 – Barbie Fascista se declara a favor da Reforma da Previdência.....	149
Figura 71 - Barbie Fascista em cena dos bastidores.....	151
Figura 72 – Meme “Eu não preciso do feminismo”	153
Figura 73 – Barbies feministas <i>versus</i> Barbies femininas.....	157
Figura 74 – Diferenças entre mulher feminista e mulher conservadora.....	159
Figura 75 – Antes e depois do Sistema de Melhoria de Mulheres	160
Figura 76 – Trajetória visual de Joanna até sua <i>Stepfordização</i>	163
Figura 77 – Escala cromática da trajetória visual de Joanna.....	164

SUMÁRIO

HEY BARBIE, DO YOU WANNA GO FOR A RIDE? Considerações iniciais	16
1 I'M A BARBIE GIRL, IN A BARBIE WORLD: Arquétipo da mulher bolsonarista em memes	19
1.1 Eleições 2018: resistência social e as redes sociais	20
1.2 Seja bela, recatada e do lar ou... tchau, querida!	28
1.2.1 Novo governo, nova primeira-dama: velhos estereótipos sobre mulheres	36
1.3 Você pode ser tudo o que quiser, contanto que seja uma Barbie	40
1.4 Esposas Perfeitas: da ficção ao Movimento <i>Tradwife</i>	56
2 LIFE IN PLASTIC, IT'S FANTASTIC!: Percursos metodológicos	83
2.1 A dialética-dialógica nos/dos memes Barbie Fascista	84
2.2 Cotejar para compreender: vozes que reverberam	87
2.3 Critérios metodológicos de seleção do <i>corpus</i>	90
2.4 O sujeito-outro Barbie Fascista: a alteridade na pesquisa em Ciências Humanas	96
3 YOU CAN BRUSH MY HAIR, UNDRRESS ME EVERYWHERE: Reflexões sobre a teoria bakhtiniana	100
3.1 O signo Barbie Fascista: reflexos e refrações da vida em memes	100
3.2 O dialogismo expresso em memes: considerações sobre diálogo e enunciado..	104
3.3 O riso que destrona, a ironia que resiste	112
4 IMAGINATION, LIFE IS YOUR CREATION! Antipetismo, militância e antifeminismo em memes da Barbie Fascista	115
4.1 Barbie Antipetista em “O PT quase destruiu a minha vida”	116
4.2 Barbie Militante em “Acabou a mamata”	136
4.3 Barbie Antifeminista em “Eu não preciso do feminismo”	152
COME ON BARBIE, LET'S GO PARTY: considerações finais	166
REFERÊNCIAS	171

***HEY BARBIE, DO YOU WANNA GO FOR A RIDE*¹? Considerações iniciais**

Atentos ao constante movimento discursivo nas redes sociais, espaço em que efervescem os embates entre vozes sociais, apresentamos como proposta deste trabalho a análise dos enunciados meme da Barbie Fascista (BF²). Coletados nas páginas *Barbie Fascista* e *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*, do *Facebook*, esses memes trazem em seu conteúdo a figura da boneca Barbie para representar as mulheres eleitoras de Bolsonaro, caracterizadas nas postagens como alienadas, com pensamentos conservadores e pertencentes a uma elite social.

De caráter irônico e humor escrachado, os memes³ em questão são compostos sempre por uma imagem da Barbie em seu mundo cor de rosa, sozinha ou acompanhada por seu namorado Ken e seus amigos – transformados, então, em sujeitos-personagens da política brasileira. Enunciados verbais curtos complementam essa estrutura memética, retirados de declarações comumente proferidas por bolsonaristas e inseridos nos memes.

Em um convite ao riso e à crítica, a Barbie Fascista surge durante as eleições de 2018 e estabelece nas redes um retrato da ascensão da extrema direita no país e, posteriormente, do governo de Jair Bolsonaro. Observado isso, algumas indagações suscitaram o interesse e desenvolvimento dessa pesquisa. Por que a figura da Barbie é a escolhida para caracterizar a mulher de conservadora brasileira? Quais são as estratégias discursivas utilizadas nos memes para a representação da mulher bolsonarista?

Com o intuito de responder a esses questionamentos, utilizamos como subsídios teóricos os postulados pelo Círculo de Bakhtin, a citar os estudos de Bakhtin, Medviédev e Volóchinov, em sua concepção de linguagem, ideologia, signo ideológico e vozes sociais. Conceitos igualmente caros para nós são os de riso e ironia, que pensamos sempre pautados aos estudos bakhtinianos. Os trabalhos de comentadores sobre as obras e conceitos do Círculo também nos auxiliaram a tecer as considerações teóricas.

Assumimos como metodologia a dialética-dialógica, cunhada por Paula, Figueiredo e Paula (2011), método esse pautado nos estudos bakhtinianos e que

¹ Trecho da música *Barbie Girl*, da banda *Aqua* (1997). “Oi Barbie, você quer dar uma volta?”, tradução nossa.

² Ao longo do trabalho, para evitar repetição do termo, faremos referência à Barbie Fascista também pela abreviação “BF”.

³ Espécie de postagem com caráter humorístico, geralmente composta por elementos verbais suscintos e visuais (além do vocal – voz social) que se valem da ironia para tecer críticas. O significado do meme sempre extrapola o limite do enunciado, visto que contextualiza situações atuais do país ou faz referência a outros enunciados, sem os quais seu sentido seria comprometido.

compreende o homem como um ser em constante mudança e movimento, o que por consequência também afeta a linguagem, instância viva. Lançamos mão do cotejo como recurso metodológico, ao estabelecermos relações e comparações entre enunciados de diversas esferas, por acreditarmos não ser possível pensar no objeto de maneira descolada da vida, sobretudo por nosso objeto ser fomentado e desenvolvido em solo político, social.

Por nos propormos a analisar um tipo social de mulher, utilizamos os estudos feministas de Friedan (1971), Beauvoir (1980), Saffioti (1987), Davis (2016), Ribeiro (2017) e Wolf (2020), a fim de nos auxiliar a compreender como o feminino é representado na sociedade patriarcal. Ao observarmos a mídia, declarações políticas e publicidades, é possível perceber que existe um padrão de mulher encarado como perfeito e correto, o da “bela, recatada e do lar”. Compreendemos, a partir dos enunciados analisados como cotejo, que esse padrão também é utilizado como um projeto político de padronização das mulheres, em consonância com os valores da “família tradicional” e do “cidadão de bem”.

Assim, nosso objetivo geral visa analisar a construção enunciativa irônica dos memes que representa um tipo social de mulher, a bolsonarista, no momento histórico do governo Bolsonaro. Definimos ainda como objetivos específicos: 1) interpretar as vozes sociais presentes nos memes da Barbie Fascista, além de 2) analisar como são veiculados padrões femininos impostos como ideais, tanto em nosso *corpus* quanto nos enunciados que utilizamos como cotejo.

A estrutura do trabalho foi dividida em três capítulos, mais considerações iniciais e finais. O primeiro capítulo apresenta o contexto do surgimento dos memes da Barbie Fascista, as eleições presidenciais de 2018, mas também leva em consideração enunciados de momentos diferentes para apresentar um panorama do Brasil atual, em um período de efervescência política acentuada. Pensamos, ainda nesse capítulo, sobre a história da Barbie, desde sua idealização pela *Mattel* até o presente, para refletir sobre o padrão de beleza instaurado pela boneca e marca, e que serviu, posteriormente, como caracterização da mulher bolsonarista.

O segundo capítulo discute a metodologia de pesquisa adotada, e foi construído em quatro tópicos. Assumimos como método de pesquisa o dialético-dialógico, pois compreendemos que tanto os sujeitos quanto a linguagem estão em constante movimento, em constante tessitura de réplicas que fazem com que a espiral do discurso nunca tenha um fim. Assim, pensamos no tripé hegeliano de tese, anti tese e síntese, porém assumimos que a síntese não existe: o inacabamento do enunciado permite que os sujeitos participem

incessantemente da(s) cadeia(s) discursiva(s). No segundo tópico, apresentamos os enunciados que elegemos como cotejo, de modo a demonstrarmos como os memes da Barbie Fascista estão indissolavelmente conectados a outros enunciados, de diferentes temporalidades e esferas. Os critérios definidos para a escolha do *corpus* principal, bem como sua justificativa, são descritos ao leitor no terceiro item. Por fim, o quarto item busca discutir sobre a alteridade como fator decisivo para a pesquisa em Ciências Humanas.

O terceiro capítulo é dedicado a expor nossas reflexões quanto a teoria do Círculo de Bakhtin, principalmente os trabalhos de Bakhtin, Medviédev e Volóchinov. De maneira a aproximar o leitor de nosso tema, tentamos trazer o objeto ou os enunciados de cotejo para exemplificar os conceitos teóricos abordados, visto que não temos a pretensão de aqui realizar uma extensa revisão bibliográfica, mas sim demonstrar como a teoria bakhtiniana é o aporte teórico necessário para a análise dos memes BF, por compreender a relação inerentemente social do homem e seu contexto histórico com a linguagem.

O quarto e último capítulo compreende nossas análises. Sua estrutura foi dividida em três itens, em que analisamos os três temas mais recorrentes de memes da Barbie Fascista, que são: antipetismo, temas socioeconômicos e antifeminismo.

Por fim, gostaríamos de informar que os títulos de nossos capítulos foram inspirados na música *Barbie Girl*, sucesso dos anos 90 e de autoria da banda dinamarquesa *Aqua*. A justificativa para esta escolha deve-se ao fato de que a canção ainda é muito reproduzida e atrelada à figura da boneca Barbie, mesmo trinta anos após seu lançamento e do vídeo.

1 I'M A BARBIE GIRL, IN A BARBIE WORLD⁴: Arquétipo da mulher bolsonarista em memes

Tomamos a máxima bakhtiniana de que “cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados” (BAKHTIN, 2011, p. 272) como princípio motivador para pensar nossa pesquisa. Isso significa que não acreditamos ser possível compreender um objeto se analisado de forma isolada de seu contexto. O enunciado responde e suscita respostas e, por isso, compreender sua dependência com outros enunciados é levar em consideração as suas condições de produção, as ideologias e axiologias de seu horizonte ideológico que ali estão envolvidas, bem como as avaliações sociais e as lutas de classe existentes em seu interior.

Dito isso, o capítulo que segue é dedicado a promover um vislumbre do momento sócio-histórico-político do Brasil em que foram concebidos os memes da Barbie Fascista, justamente por os entendermos enquanto enunciados concretos, situados historicamente e constituídos intrinsecamente pelo contexto político do país. Objetivamos traçar um percurso entre os principais eventos políticos da esfera nacional desse período, o que ajuda a explicitar a relação intrínseca que esses enunciados estabelecem com a realidade e como caracterizam a conjuntura política do país entre 2016 até as eleições de 2018.

Durante o período eleitoral de 2018, os memes em questão começaram a ser postados e ganharam relevância na internet especialmente no segundo turno⁵. Veiculado principalmente no *Facebook*, o meme estampa a boneca da *Mattel* com enunciados comumente proferidos por eleitores do então candidato Jair Bolsonaro. Com tom irônico e ácido, as publicações conquistaram os internautas por promoverem o riso e, ao mesmo tempo, por meio da inversão, estabelecerem uma crítica, ou seja, uma refutação do que estava sendo colocado no meme como verdade, ilustrando um perfil desses eleitores-sujeitos.

Assim, o primeiro tópico busca esclarecer e pontuar as efervescências políticas ocasionadas, sobretudo, por uma polaridade marcada entre direita e esquerda, que possibilitaram a concepção desses enunciados com caráter de crítica e resistência.

⁴ “Eu sou uma garota Barbie, em um mundo da Barbie”, tradução nossa. Trecho da música *Barbie Girl*, da banda *Aqua* (1997).

⁵ As páginas que tomamos como *corpus principal* desse trabalho, assim como aquelas que possuem conteúdo similar, dedicadas a postagens da Barbie Fascista, foram criadas no *Facebook* logo após o primeiro turno das eleições 2018. Informação retirada da aba “Transparência da página”, recurso disponível para conferência na rede social. Outros detalhes sobre as páginas serão expostos em nosso capítulo de método.

Para compreendermos o porquê da imagem principal trazida por esse meme ser uma boneca Barbie que representa a mulher de direita, torna-se necessário entender como a sociedade as reflete e refrata dentro desse estereótipo. Assim, buscamos em excertos da mídia – matérias de jornais eletrônicos – evidências que nos ajudam a enxergar um processo de construção de uma imagem de mulher representada como ideal. Dessa forma, destinamos o segundo tópico para elencar como a mídia ajuda a promover e intensificar padrões femininos, refletindo sempre sobre como essa relação de mulher perfeita resultou, posteriormente, em uma mulher que é identificada como uma Barbie Fascista, com posicionamentos alienados e fútil.

Cientes de que o desejo de padronizar as mulheres não é recente em nossa sociedade, intentamos vislumbrar com o terceiro tópico, em um paralelo, como foi criada a boneca Barbie para compreendermos como foi o processo de instituição do padrão de beleza e comportamento Barbie. A boneca reiterou o comportamento da mulher dona de casa, submissa ao marido e dedicada aos filhos, fortemente implantado no imaginário mundial ao longo de anos e, atualmente, vem sendo utilizada para representar uma figura de mulher alienada, por meio de memes em atitude de resistência contra o conservadorismo. Dessa forma, é de nosso intuito demonstrar como foi possível a associação da boneca às mulheres representadas pelo meme.

Por fim, trazemos a análise do filme *Mulheres Perfeitas* (2004), que tem por cenário uma cidade fictícia, Stepford, em que tudo aparenta ser perfeito, inclusive as mulheres do lugar. As personagens se vestem e agem como se estivessem nos anos 1950, se submetem aos maridos de maneira cega e parecem bonecas Barbies, tanto na aparência quanto em seus movimentos robotizados. Com o decorrer do filme, descobrimos que os maridos de Stepford submeteram suas esposas a *stepfordização*, para mantê-las submissas e dóceis o tempo todo. Com essa análise, visamos demonstrar como as mulheres robotizadas se assemelham com a figura de Barbie, além de discutir conceitos feministas, sobre a *Mística Feminina* (FRIEDAN, 2020), o *Mito da Beleza* (WOLF, 2020), a problematização da mulher como objeto de “cama e mesa” na sociedade patriarcal (STUDART, 1984), dentre outros problemas da sociedade falocêntrica (SAFFIOTI, 1987).

1.1 Eleições 2018: resistência social e as redes sociais

A corrida eleitoral de 2018, sobretudo pela presidência do Brasil, pode ser retratada como um período de polarização acentuada no cenário político do país. Para além de uma divisão dos eleitores marcada entre a direita e a esquerda políticas, que em eleições anteriores costumava ser protagonizada pelo embate entre os partidos PT e PSDB, observou-se uma

mudança nessa dualidade. A divisão mais explícita no momento do segundo turno existiu entre três grupos: os que se posicionavam a favor do Partido do Trabalhadores (PT), aqueles que se declaravam favoráveis a uma mudança de partido, sentimento intensificado pelo fato de que o PT teve presidentes no poder entre os anos de 2003 a 2016, e os bolsonaristas, que se identificaram com a proposta conservadora de Jair Bolsonaro.

É importante retomarmos que as mudanças políticas vividas pelo país no contexto das eleições de 2018 não foram originadas nesse momento específico, mas sim em um processo que retoma acontecimentos importantes (no mínimo) da última década no Brasil, a citar a operação *Lava Jato*, o *impeachment* de Dilma Rousseff em 2016 e o posterior governo Temer. Sobre essa trajetória política do país dos últimos anos, o autor e professor da UnB, Luís Felipe Miguel (2018, p. 19), discorre que

Os anos petistas testemunharam, assim, dois fenômenos paralelos: o PSDB entendeu que seu caminho era liderar a direita, e a direita entendeu que havia espaço para radicalizar seu discurso. Mas o uso de direita, no singular, precisa ser relativizado. O que existe hoje é a confluência de grupos diversos, cuja união é sobretudo pragmática e motivada pela percepção de um inimigo comum. Os setores mais extremados incluem três vertentes principais, que são o libertarianismo, o fundamentalismo religioso e a reciclagem do antigo anticomunismo.

Assim, o país testemunhou em 2018 uma eleição marcada por diversos acontecimentos, reviravoltas e intensa propagação de *Fake News*⁶. Podemos ilustrar esse cenário com o fato de que, pela primeira vez dentre todas as eleições nacionais, um presidenciável foi substituído em plena campanha eleitoral – Fernando Haddad assume como candidato do PT após a decisão do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) de impugnar a candidatura do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Lula havia sido preso poucos meses antes, em abril, o que inviabilizou sua participação enquanto candidato devido à Lei da Ficha Limpa. Até então, de acordo com pesquisas de opinião feitas por institutos desde o início do ano de 2018⁷, Lula liderava as intenções de voto para presidente em todas as simulações.

Às vésperas do primeiro turno, outro fato inédito ocorre em uma eleição: o então presidenciável Jair Bolsonaro, candidato pelo Partido Social Liberal (PSL), é agredido com uma

⁶ Atentos ao fato de que as notícias falsas podem comprometer o rigor do fazer científico, atentamo-nos para buscar informações em *sites* confiáveis, em páginas vinculadas ao jornalismo nacional reconhecido. Ainda assim, ressaltamos que todas as notícias utilizadas são verificadas com minúcia para garantir a qualidade de nosso trabalho.

⁷ Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/lula-lidera-intencoes-de-voto-em-todos-os-cenarios-em-2018/>>. Acesso em 28 jun. 2019.

facada no abdômen enquanto participava de um ato de sua campanha em Juiz de Fora (MG)⁸. Após ficar internado e de repouso em casa, Bolsonaro decide não mais participar de debates promovidos pelas emissoras de televisão, apesar de essa não ser uma recomendação médica. Essa decisão também marca essa eleição como a primeira sem debates no segundo turno desde o processo de redemocratização do país.

A propagação de *Fake News*, já vivenciada por outros países em períodos eleitorais, surge como um desafio aos candidatos, à mídia e aos eleitores, marcando essa eleição como um período de intensa circulação de informações falsas. Disseminadas por grupos do aplicativo *WhatsApp* e pelas redes sociais, as notícias falsas não somente acentuaram o clima de rivalidade e dualidade entre PT *versus* PSL (Lulismo *versus* Antipetismo/Bolsonarismo), como também incentivaram a tensão entre os eleitores desses partidos (ocasionando agressões e até casos de assassinato, como o do capoeirista Moa do Katandê⁹), além de comprometer a idoneidade das eleições e do acesso às informações. As *Fake News* integram o fenômeno sociológico cunhado como pós-verdade, em que as pessoas tendem a acreditar nas notícias a partir de suas convicções ideológicas, e não por sua relevância e veracidade.

O período das eleições de 2018, portanto, foi marcado pelo uso da internet como um dos principais meios de divulgação e exposição de ideias de candidatos e eleitores, assim como de ataques. Nas redes sociais, usuários se posicionavam por meio de diversas postagens, em um embate que misturava crítica, humor, ironia, apoio ou oposição. Os eleitores fizeram uso desse espaço, também, para promover manifestações que extrapolaram os debates da rede para as ruas. Um exemplo disso foi o movimento *#EleNão*, organizado por mulheres em repúdio ao então candidato Jair Bolsonaro.

Desde o início de suas aparições na mídia, Bolsonaro dividia opiniões e causava repúdio em certa parcela da população por proferir discursos de caráter autoritário¹⁰, homofóbico¹¹,

⁸ Notícia disponível para verificação do dado em: <<https://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/noticia/2018/09/06/ato-de-campanha-de-bolsonaro-em-juiz-dforaeinterrompidoapostumulto.ghtml>>. Acesso em 28 jun. 2019.

⁹ Disponível em: <<https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2018/10/08/idoso-morre-a-golpes-de-facas-apos-discussao-politica-na-ba-suspeito-se-escondeu-em-banheiro-e-foi-presos.ghtml>>. Acesso em 28 jun. 2019.

¹⁰ “*Vamos metralhar a petralhada*” [sic]. Disponível para consulta em: <<https://exame.com/brasil/vamos-fuzilar-a-petralhada-diz-bolsonaro-em-campanha-no-acre/>>. Acesso em 28 jun. 2019.

¹¹ “*Sou homofóbico sim, com muito orgulho*” [sic]. Disponível para consulta em: <<https://catracalivre.com.br/cidadania/sou-homofobico-sim-com-muito-orgulho-diz-bolsonaro-em-video/>>. Acesso em 28 jun. 2019.

racista¹² e misógino¹³. Por isso, diversos veículos da mídia, bem como seus opositores políticos e parte da população começaram a relacionar as posturas e declarações dele não só como de direita, mas com inclinação fascista.

Há um aglomerado ideológico mais ou menos coeso que é chamado de nova direita, na qual misturam-se ideais do conservadorismo, do libertarianismo e do reacionarismo. A essas ideias soma-se outras que remetem à apologia do eugenismo e da segregação racial que fazem com que a nova direita flerte, de maneira consciente ou inconsciente, com outros construtos que remetem ao nazismo e fascismo (CARAPANÃ, 2018, p. 34).

Com isso, mulheres de todos os estados do Brasil, além de eleitoras brasileiras que residem em outros países, organizaram-se e criaram o grupo *Mulheres Unidas Contra Bolsonaro*, no *Facebook*. Em questão de dias o grupo reuniu mais de um milhão de participantes e continuou a receber mais usuárias. Após esse marco, o grupo foi alvo de ataques, assim como as organizadoras do mesmo sofreram ataques por apoiadores de Bolsonaro. Esse movimento realizado por mulheres chamou a atenção da mídia como um todo e, em diversas matérias e pesquisas, era visto como uma possível reviravolta nas eleições, em que o voto feminino seria, mais do que nunca, decisivo para decidir qual candidato seria eleito presidente. Os movimentos foram sendo aderidos também pela comunidade LGBTQI+, por indígenas e diversos outros grupos que se sentiam ameaçados pelo discurso autoritário do candidato Bolsonaro.

¹²“*O afrodescendente mais leve lá [no quilombo] pesava 7 arrobas*” [sic]. Disponível para consulta em: <<https://veja.abril.com.br/brasil/bolsonaro-e-acusado-de-racismo-por-frase-em-palestra-na-hebraica/>>. Acesso em 28 jun. 2019.

¹³“*Eu tenho 5 filhos. Foram 4 homens, a quinta eu dei uma fraquejada e veio uma mulher*” [sic]. Disponível para consulta em: <<https://revistaforum.com.br/noticias/bolsonaro-eu-tenho-5-filhos-foram-4-homens-a-quinta-eu-dei-uma-fraquejada-e-veio-uma-mulher-3/>>. Acesso em 28 jul. 2019.

Figura 1: Mulheres em protesto contra Bolsonaro



Fonte: *Exame*¹⁴

Ressaltamos que a internet foi palco da maioria dos debates e diálogos entre os eleitores e, inclusive, dos candidatos, visto a não existência de debates televisionados. Observou-se nas redes sociais um embate, que envolvia questões políticas, de gênero, raciais, econômicas, em um movimento de afirmação da ideologia dos internautas, em um espaço que permite ao usuário ser autor, comentador, além de compartilhar e manifestar se “curtiu” ou não determinada publicação, deixando explícitas suas axiologias e sua voz, sendo responsáveis por suas publicações – e também responsáveis. Assim, é possível encontrarmos nas redes os mais diversos tipos de enunciados, que refletem e refratam a vida.

Não só novos gêneros de discurso surgem como também uma nova forma de dizer, mais solta, na qual os enunciadore se sentem livres para dizer o que querem dizer e como querem dizer, principalmente no que tange às ideologias do cotidiano. As regras normativas da língua se esvaem na fluidez das redes sociais. A interação verbal entre os locutores, nos ambientes virtuais mais popularizados e que não exigem o uso formal da língua, maneja a língua sem amarras, quase que brincando com as palavras, como vemos em vários memes (FURTADO, 2019, p. 21).

Em uma plataforma tão propícia para a réplica entre enunciados, vemos agir no discurso forças centrípetas e centrífugas, em um constante jogo de poder realizado por meio da linguagem. Os discursos monológicos, no contexto em que aqui abordamos, tentavam impor o autoritarismo por meio da divulgação de *Fake News*, com discursos que atrelavam o candidato

¹⁴ Manifestantes contra Jair Bolsonaro em outubro 2018. Imagem disponível em <<https://exame.abril.com.br/brasil/mulheres-fazem-ato-pelo-pais-contra-bolsonaro-e-pela-democracia/>>. Acesso em 29 jun. 2019.

Bolsonaro aos princípios da ética, da moral, da família e da ideia do fim da corrupção. Por sua vez, insurgiam os discursos que se posicionavam como resistência ao que se impunha como oficial, fugindo dessa tentativa de imposição de padrões.

Assim, em meio a postagens que revelavam as opiniões políticas e as intenções de voto, além de filtros nas fotos de perfil e reportagens compartilhadas, surge nesse cenário um meme¹⁵ que passa a ser muito compartilhado, trazendo a figura de uma boneca, a Barbie, abordando sobre questões políticas e sociais. De seu mundo privilegiado, com sua figura de mulher branca, alta, magra e rica, Barbie comenta sobre a situação política do Brasil de 2018, com frases em apoio à Bolsonaro e com declarações um tanto quanto alarmantes, alienadas, fascistas, ironizando o posicionamento dos eleitores de Bolsonaro, que defendem o candidato veementemente e demonstram falta de conhecimento acerca de política.

A Barbie Fascista às vezes aparece sozinha nas publicações, em outras está acompanhada por seu namorado, Ken, figura que exalta o padrão masculino heterossexual, branco e rico, ou com seus amigos, sempre retratados em situação privilegiada. Nos memes, podemos observar esses personagens-sujeitos emitindo suas opiniões que demonstram desconhecimento acerca de temas políticos e sociais, além de um deslocamento social do lugar de fala dos mesmos, como, por exemplo, a incoerência de uma mulher, de pessoas negras e homossexuais votarem em Bolsonaro. Trazemos a seguir um dos memes que mais ficou conhecido no período eleitoral.

¹⁵ Espécie de postagem com caráter humorístico, geralmente acompanhada com foto e dizeres que criam, ao mesmo tempo, um efeito de humor e/ou crítica. O significado do meme sempre extrapola o limite do enunciado, visto que contextualiza situações atuais do país ou faz referência a outros enunciados, sem os quais seu sentido seria comprometido.

Figura 2: O PT quase destruiu a minha vida
 "O PT quase destruiu a minha vida"



Fonte: *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*¹⁶

Na Figura 2, uma Barbie clássica, ou seja, branca e loira, aparece sorridente, usa um vestido rosa, um colar luxuoso, e posa para a foto de maneira despretensiosa. O enunciado verbal “O PT quase destruiu a minha vida”, trazido para o meme entre aspas, marca que o sujeito que o profere é a Barbie. Mas na realidade, por conta da ironia, compreendemos que não é a boneca quem diz isso, mas sim a mulher bolsonarista, a quem a página faz uma crítica ácida.

Esse enunciado se tornou comum entre os eleitores apoiadores de Bolsonaro, que se declaravam antipetistas, e o repetiam em diversas postagens e até mesmo na vida cotidiana. Notemos a presença do advérbio quase: quando contemplamos o enunciado visual, compreendemos que essa Barbie não passou por dificuldades financeiras ou de qualquer outra ordem, muito pelo contrário, ela é rica. Esse tipo de discurso é muito ironizado e criticado, sobretudo na internet, e é caracterizado como um *White People Problems*¹⁷, ou seja, é fútil, sem um argumento concreto.

Mesmo com o fim das eleições e com a vitória do candidato do PSL, os memes continuaram a ser veiculados, seguindo a mesma estratégia irônica e crítica. Os enunciados não somente expõem os posicionamentos dos eleitores, mas passam também a dialogar com escândalos ocorridos no governo, com declarações de celebridades em apoio que se tornam

¹⁶

Disponível em: www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1917191568536868/2171240629798626. Acesso em 29 jun. 2019.

¹⁷ Expressão de caráter irônico, equivalente a “problemas de pessoas brancas”.

“virais”, bem como trazer à tona comportamentos questionáveis dos apoiadores de Bolsonaro e dele próprio.

Para exemplificar, retomamos a declaração de Bolsonaro em 5 de abril de 2019, durante cerimônia no Palácio do Planalto, em que declarou “[...] não nasci para ser presidente, nasci para ser militar”¹⁸. Apesar de sua fala ter sido alvo de críticas, muitos de seus eleitores manifestaram seu apoio, por meio das redes sociais, com relação ao declarado. Em resposta ao acontecido, a página *Barbie e Ken Cidadãos de Bem* veicula o seguinte meme:



Fonte: *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*¹⁹

Na Imagem 3, o meme traz o posicionamento dos eleitores de Bolsonaro ironizado. O que foi considerado como despreparo político para os críticos foi descrito, por sua vez, como humildade no meme, criticando a idolatria desses sujeitos aqui representados pela Barbie, vestindo amarelo e verde em alusão à bandeira nacional e aos valores de patriotismo, também veiculados pelos mesmos. É possível observar, dessa maneira, que os memes da Barbie Fascista são sempre relacionados com a realidade, são enunciados pouco tempo após notícias, polêmicas, dentre outros assuntos relacionados ao governo serem lançados à mídia. Então, as notícias saem, dos telejornais e sites para serem postadas no *Facebook*, com novo tom, como

¹⁸ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/04/nao-nasci-para-ser-presidente-nasci-para-ser-militar-diz-bolsonaro.shtml>>. Acesso em 20 jun.2019.

¹⁹ Meme coletado na página *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*, do Facebook. Disponível em <<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1905161136406578/2279696992286322?type=3&theater>>. Acesso em 13 abr. 2019.

se fossem menos sérias por ganharem um tom cômico, mas trazendo uma crítica inserida, atingindo mais pessoas pelos compartilhamentos e interações promovidos pela rede.

Analisar os memes da Barbie Fascista torna possível a compreensão de um comportamento de determinados sujeitos no Brasil, assim como nos indica as mudanças que o país passou ao longo do período em que foi governado pelo PT, os impactos do *impeachment* de Dilma Rousseff e o governo de Michel Temer, e também após a eleição de Jair Bolsonaro. Torna-se possível, assim, apreender como diferentes vozes sociais enunciam, refletem e refratam a condição de nossa contemporaneidade, revelada em postagens que convidam não só ao riso, mas também à reflexão.

1.2 Seja bela, recatada e do lar ou... tchau, querida!

Apesar do objeto de nossa pesquisa ter surgido no contexto das eleições de 2018, sabemos que o processo que busca atrelar a imagem da mulher ao lar não é recente, e que se intensifica principalmente quando o autoritarismo ganha espaço, acentuando o machismo e o conservadorismo. A fim de promovermos uma compreensão mais ampla sobre a relação estabelecida entre a mulher que votou em Bolsonaro e a personagem Barbie incorporada nos memes, tomamos como exemplos alguns enunciados divulgados pela mídia jornalística que ajudaram a corroborar com a construção de uma mulher ideal, que se assemelha em muitas características à boneca: da classe alta, bonita, heterossexual e representada como ingênua, alienada.

A *Revista Veja*, em edição especial de abril de 2016, traz em seu conteúdo a matéria intitulada *Bela, recatada e do lar*²⁰, uma reportagem sobre a esposa do então vice-presidente Michel Temer. A reportagem ganhou repercussão, sobretudo negativa, pela tentativa de estabelecer Marcela Temer como um padrão de feminilidade e decência a ser seguido por todas as mulheres. É interessante pensarmos que essa edição especial aborda com ênfase o processo de impeachment da ex-presidenta Dilma Rousseff, na época prestes a ser concretizado. Ou seja, é significativo que a revista traga, justamente no momento histórico em que Dilma estava prestes a ser substituída por seu vice, a exaltação de uma mulher com características físicas e personalidade bem diferentes da dela.

Perceber essa construção de uma oposição entre dois perfis distintos de mulheres, sendo que uma que vive no lar, à sombra do marido (como nos leva a compreender a matéria),

²⁰ Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

enquanto a outra é uma líder política e não recatada, possibilita-nos apreender um processo de legitimação de um perfil em detrimento do outro pela sociedade. Essa compreensão mostra que a matéria teve uma mensagem muito expressiva, pois além de ter sido veiculada em uma revista que alcança vários leitores, reiterou a ideia frequente do senso comum da rivalidade entre mulheres e, principalmente, dialoga com discursos machistas e patriarcais que delimitam um lugar para mulher, o que, conseqüentemente, passa a ideia de que a mulher que não se enquadra nesse padrão não é tão feminina e/ou não está no caminho correto.

Dada a desvalorização social do espaço doméstico, os poderosos têm interesse em instaurar a crença de que este papel *sempre* foi desempenhado por mulheres. Para a solidificação desta crença nada melhor do que retirar desta atribuição de papéis sua dimensão sociocultural. Ao se afirmar que *sempre* e em todos os *lugares* as mulheres se ocuparam do espaço doméstico, eliminam-se as diferenciações históricas e ressaltam-se os característicos “*naturais*” destas funções (SAFFIOTI, 1987, p. 11, grifos da autora).

Ao analisarmos a capa da edição especial em questão (Figura 4), é possível perceber o projeto de dizer da revista, que representa o processo de *impeachment* como uma partida de futebol (uma paixão nacional). O enunciado constrói, ao lançar mão de elementos verbais e visuais, a ideia de uma vitória nacional, ao relacionar a imagem de uma jovem que segura a bandeira do Brasil, em expressão que simula um grito de celebração e que está caracterizada nos cabelos e com pintura no rosto com as cores verde, amarelo e azul. A noção da comemoração acaba sendo atrelada à palavra *Impeachment*, destacada com letras maiúsculas e em cor branca, seguida pelo resultado desse “jogo”, assim como em um placar, “SIM 367 X 146 NÃO”.

Figura 4: Edição Extra Revista Veja



Fonte: Revista Veja (edição 2474)²¹

A partir disso, somos levados a refletir: de acordo com a mídia e a sociedade patriarcal, o padrão Marcela Temer venceu Dilma Rousseff, a primeira mulher eleita presidenta, portanto fora dos padrões? A fim de levantarmos algumas das oposições feitas pela *Veja*, analisaremos a seguir excertos da reportagem, disponível no site da revista e de autoria de Juliana Linhares.

Marcela Temer: bela, recatada e “do lar”

A quase primeira-dama, 43 anos mais jovem que o marido, aparece pouco, gosta de vestidos na altura dos joelhos e sonha em ter mais um filho com o vice.

*Marcela Temer é uma mulher de sorte. Michel Temer, seu marido há treze anos, continua a lhe dar provas de que a paixão não arrefeceu com o tempo nem com a convulsão política que vive o país – e em cujo epicentro ele mesmo se encontra. Há cerca de oito meses, por exemplo, o vice-presidente, de 75 anos, levou Marcela, de 32, para jantar na sala especial do sofisticado, caro e badalado restaurante Antiquarius, em São Paulo. [...] *Marcela se casou com Temer quando tinha 20 anos.* O vice, então com 62, estava no quinto mandato como deputado federal e foi seu primeiro namorado (LINHARES, 2016, online, grifos nossos).*

A partir desse excerto, apreendemos que Marcela (ao menos a Marcela descrita pela *Veja*) pode ser considerada uma mulher sortuda, visto que encontrou um marido que ainda lhe prova seu amor e a leva para jantar. A beleza de Marcela é, desde a primeira palavra do título,

²¹ Imagem da capa da Revista Veja, Edição Extra (ano 49, número 2474), abril de 2019. Disponível em: <<http://bit.ly/2Nrl2cJ>>. Acesso em 30 jun. 2019.

ressaltada, bem como outras características muito ovacionadas pela sociedade: ela é jovem, se casou com seu primeiro namorado, ou seja, teve poucas (ou nenhuma) experiência com outros homens e, por isso, pode ser considerada, assim como faziam nos anos 50, “uma moça para casar”.

O homem envelhece com dignidade e a mulher com terror e insegurança. Dos objetos da sociedade de consumo (feitos para se deteriorar depressa) ela é o que mais cedo entra em obsolescência. O mercado pede Lolitas. Que fazer se o tempo passa, e ela não tem nenhuma tarefa histórica, mas apenas deve agradar ao seu homem? (STUDART, 1984, p. 31).

A concepção de uma mulher discreta, que não chama atenção em seu modo de vestir e nem em sua postura, é também veiculada, visto que é informado para o leitor até mesmo o comprimento dos vestidos de Marcela – na altura dos joelhos, atrelando seu vestuário à compostura e discrição. Além disso, ela segue seus instintos maternos e quer ter mais um filho com Temer, reforçando a ideia de que a mulher deve exercer seu “papel natural” de ser mãe. Em apenas um parágrafo, muitos estereótipos e rótulos são estabelecidos pela revista, colocados de maneira a determinar um único padrão de mulher que é louvável ou correto: o de *esposa dona de casa* (FRIEDAN, 2020).

O postulado por Heleieth Saffioti na obra *O poder do macho* (1987) possibilita justificar o que até aqui expusemos. Para a autora, o processo de atribuição do espaço doméstico ao sexo feminino é naturalizado e incentivado pela sociedade, e ocorre principalmente pela capacidade da mulher de dar à luz (SAFFIOTI, 1987). No trecho a seguir, da mesma reportagem, fica explícita a concepção de que é inerente à mulher a tarefa de ser mãe.

Bacharel em direito sem nunca ter exercido a profissão, Marcela comporta em seu curriculum vitae um curto período de trabalho como recepcionista e dois concursos de miss no interior de São Paulo (representando Campinas e Paulínia, esta sua cidade natal). Em ambos, ficou em segundo lugar. Marcela é uma vice-primeira-dama do lar. Seus dias consistem em levar e trazer Michelzinho da escola, cuidar da casa, em São Paulo, e um pouco dela mesma também (nas últimas três semanas, foi duas vezes à dermatologista tratar da pele).

Por algum tempo, frequentou o salão de beleza do cabeleireiro Marco Antonio de Biaggi, famoso pela clientela estrelada. Pedia luzes bem fininhas e era “educadíssima”, lembra o cabeleireiro. “Assim como faz a Athina Onassis quando vem ao meu salão, ela deixava os seguros do lado de fora”, informa Biaggi. Na opinião do cabeleireiro, Marcela “tem tudo para se tornar a nossa Grace Kelly”. Para isso, falta só “deixar o cabelo preso”. Em todos esses anos de atuação política do marido, ela apareceu em público pouquíssimas vezes. “Marcela sempre chamou atenção pela beleza, mas sempre foi recatada”, diz

sua irmã mais nova, Fernanda Tedeschi. “Ela gosta de vestidos até os joelhos e cores claras”, conta a estilista Martha Medeiros.

Marcela é o braço digital do vice. Está constantemente de olho nas redes sociais e mantém o marido informado sobre a temperatura ambiente [...] (LINHARES, 2016, online).

Marcela é descrita como “uma vice-primeira-dama do lar”, contudo, as tarefas descritas pela revista remetem pouco ao cotidiano da maioria das mulheres brasileiras que são, de fato, “do lar”. Isso porque Marcela pertence à classe alta, não precisa ocupar um cargo no mercado de trabalho e pode dedicar tempo para cuidar de sua aparência (ideia de que a mulher deve ser vaidosa, apresentável). Ainda assim, é possível ver que a tarefa de criação do filho está fortemente atrelada à imagem dessa mulher que é bela. Isso explica-se, ainda de acordo com Saffioti (1987, p. 8), que a mulher da classe dominante não precisa trabalhar fora do ambiente doméstico, mas “não está isenta de orientar seus rebentos, assim como de supervisionar o trabalho de serviçais contratados, em geral também mulheres, para o desempenho dessa função”. Esse fato nos mostra que, ainda que exista uma disparidade entre classes sociais acentuada em nosso país, os papéis de gênero impostos ao sexo feminino independem de poder aquisitivo, manifestando-se das mais distintas maneiras.

Ainda com relação ao trecho da matéria exposto acima, em consonância com o ditado popular “por trás de um grande homem há uma grande mulher”, há uma descrição de Marcela como uma mulher que atualiza o marido sobre trivialidades (por exemplo, a previsão do tempo), ficando sempre nos bastidores e aparecendo pouco, por ser recatada, mas o apoiando e deixando que ele tenha seu espaço garantido na mídia. É descrita como “educadíssima”, adjetivo que ajuda na formação desse perfil de mulher calma, resignada, pertencente à alta sociedade.

É no mínimo intrigante que, em pleno século XXI, com todos os ganhos feministas já conquistados e toda a divulgação de estudos sobre igualdade de gênero, matérias que se dedicam a afirmar o machismo ainda estejam em circulação e sejam propagadas como verdades. Contudo, faz sentido pensar que a mulher bela, recatada e do lar é, na verdade, o desejo do homem da sociedade patriarcal, conservadora. Ela é, na realidade, a síntese da cidadã de bem, a mãe da família tradicional, moralista e de bons costumes, assim como a Barbie Fascista é representada nos memes. Aquilo que foge a essas características atribuem-se valorizações negativas, como, por exemplo, referir-se a uma mulher pejorativamente pelo adjetivo feminista, como se correspondesse ao antônimo de feminina. Tanto no período de pré-candidatura, assim como quando Dilma estava no poder, várias matérias foram veiculadas para avaliar sua aparência, sugerir mudanças ou criticá-la. A axiologia desses enunciados é nitidamente divergente da matéria da *Veja*. A fim de ilustrarmos essa diferença, selecionamos uma matéria

da revista *Época*, de novembro de 2014, período correspondente ao final do primeiro mandato de Dilma.

Dilma Rousseff, a presidente que poucos ousam contrariar.
 Dilma Rousseff *se impôs como uma líder de pouca conversa, que paga as contas do próprio bolso e distribui broncas*. Esse estilo deverá prevalecer nos próximos quatro anos no Planalto. [...] *poucos têm coragem ou disposição para contestar Dilma*, uma chefe de Estado *sem paciência para conversas políticas*, entre elas encontros diplomáticos como o do Suriname. Seus subordinados vivem isso no dia a dia desde 2003. É uma característica um tanto contraditória para alguém que começou a militância política em organizações de esquerda de combate à ditadura militar (1964-85) e, por isso, passava dias a fio trancada em “aparelhos”, debatendo intermináveis questões ideológicas. *Dilma é a presidente que centraliza decisões, fala firme, tem convicções arraigadas, prefere números, vê dúvidas como fraquezas e aproveita titubeios para atacar com broncas* [...] (LOYOLA, 2014, online, grifos nossos).

Na matéria escrita por Leandro Loyola, a ex-presidenta Dilma Rousseff é adjetivada como uma mulher que impõe suas opiniões e “ataca com broncas”. Assim, é possível perceber o protagonismo de Dilma em sua carreira política, uma mulher que ocupou um cargo de liderança do país em um ambiente majoritariamente masculino. Portanto, ela não pode ser descrita como recatada e, por ter que expressar suas opiniões no âmbito político, não é adjetivada como “educadíssima” como Marcela, mas sim como “sem paciência”, que “fala firme”. Em nenhum momento são utilizados adjetivos ou expressões que remetam à feminilidade ou à beleza.

Em outro trecho, é ressaltado o fato de que Dilma paga as próprias contas, sem utilizar o dinheiro público para tanto:

A noite de 12 de dezembro de 2012 em Moscou ficará na memória de integrantes do governo e agregados. Naquele dia, véspera de seu aniversário, Dilma convidou alguns para um jantar no restaurante Bolshoi, um dos mais prestigiados da cidade. Além de Paula, Dilma dividiu a mesa, entre outros, com os ministros Fernando Pimentel e Aloizio Mercadante, o senador Luiz Henrique da Silveira (PMDB-SC), a presidente da Petrobras, Maria das Graças Foster, e o assessor especial Marco Aurélio Garcia. Todos estavam felizes, até a chegada da conta. Feita a divisão por um assessor, o custo era de US\$ 400 por cabeça, o equivalente, na ocasião, a R\$ 830. Dilma entregou o cartão de crédito pessoal para pagar sua parte. Todos tiveram de fazer o mesmo. Dilma gosta de fazer passeios fora da agenda em viagens ao exterior. Mas nada de pagar com cartão corporativo do governo ou mesmo dinheiro vivo. É preciso usar o cartão de crédito pessoal, para provar que a despesa não saiu dos cofres públicos. Em Paris, Dilma aproveitou uma folga para visitar um museu e comer um sanduíche na lanchonete. Ela mesma pagou a despesa de € 15 (LOYOLA, 2014, online).

Ao contrário de Marcela Temer, que é levada para jantares românticos pagos pelo marido, Dilma Rousseff paga a própria conta, com o dinheiro de seu trabalho. É importante observarmos essas marcas que distinguem a mulher que é dependente do marido, daquela que tem autonomia financeira veiculadas pela mídia – parece-nos existir uma tentativa de romantizar a submissão e incentivá-la como único modo de vida condizente para mulheres. Caso contrário, mulheres que se destacam e pagam sua própria conta são caracterizadas como bravas, rígidas.

Em abril de 2016, perto do processo de impeachment ser concretizado, a revista *Istoé* publica, na edição 2417, uma capa com uma foto de Dilma (Figura 5), como se estivesse gritando, de maneira exaltada. Para somar com a construção que remete à histeria, no conteúdo da revista encontra-se uma matéria intitulada *Uma presidente fora de si*.

Figura 5: Capa da revista *Istoé* (edição 2417)



Fonte: *Google Imagens*²²

Tanto a matéria como a composição da capa dialogam, analogamente, de modo a criar a imagem de Dilma como a de uma mulher destemperada, histérica, adjetivo comum para fazer referência a mulheres quando exprimem discordância ou impõe suas vozes em determinadas situações. Essa edição da revista reitera a ideia que estava sendo construída nesse período de que Dilma era uma mulher “difícil”, de temperamento forte. Enquanto isso, homens com características similares são valorados como ambiciosos e competentes pela mídia. Para Wolf (2020, p. 93),

²² Imagem da capa da Revista *Istoé*, (edição 2474), abril de 2016. Imagem coletada e disponível em: <<http://bit.ly/2XtuvFn>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

As mulheres não passam de “beldades” na cultura masculina para que essa cultura possa continuar sendo masculina. Quando as mulheres na cultura demonstram personalidade, elas não são desejáveis, em contraste com a imagem desejável da ingênua sem malícia.

Durante o período em que ficou no governo, Dilma recebeu vários ataques de opositores, sobretudo *Fake News*, que atrelavam seu nome com grupos terroristas, isso porque ela lutou contra o regime militar. Apesar de nunca ser descrita como bela e recatada, muito menos do lar, podemos também encontrar matérias que foram escritas para discorrer sobre a aparência física de Dilma, conferindo mais ênfase ao visual do que à sua trajetória política, por exemplo. O jornal *Gazeta do Povo* publicou em seu site uma matéria intitulada “A evolução visual de Dilma Rousseff”, em maio de 2010.

Desde 2008, a pré-candidata do PT já mudou o corte de cabelo e o vestuário várias vezes em busca de um estilo que agrade ao eleitor. A ex-ministra, que tem fama de durona, vem se esforçando desde o início do ano passado para passar um ar mais leve e simpático. As últimas mudanças envolveram um novo corte de cabelo e uma reformulação no guarda-roupa – o que teria sido uma orientação do presidente Lula (OLINDA, 2010, online).

A matéria se refere a Dilma como “durona”, mas que estava buscando maneiras de “passar um ar mais leve e simpático”. Novamente, chamamos a atenção para o fato de que a mulher precisa, para agradar a sociedade, ser simpática, ter uma boa aparência, mesmo que isso signifique alterar seu estilo e sua personalidade. Pouco interfere a posição de prestígio social que ela ocupa, pois o sexo feminino parece estar constantemente sob uma vigilância social. A mudança no guarda-roupa de Dilma chama a atenção por ser atribuída como uma sugestão de Lula: apesar da orientação ter sido desmentida pela assessoria de Dilma, isso nos leva a pensar que a sociedade atribui como natural que um homem diga a uma mulher o que ela deve ou não vestir, dentre outras imposições.

Para se referir ao impeachment de Dilma, a expressão irônica “Tchau, querida!” (Figura 6), foi amplamente utilizada por internautas, manifestantes e até mesmo parlamentares, o que nos leva a refletir sobre a maneira como a sociedade compreende uma mulher quando esta ocupa um cargo de liderança. Em alusão ao modo com que Lula se despedia de Dilma por telefone, a expressão foi utilizada para inferiorizar a imagem de Dilma e expressa o machismo arraigado em nossa sociedade. O pronome de tratamento adequado para se referir à presidenta, Vossa Excelência, foi substituído por “querida”, criando uma intimidade que ironiza e desqualifica seu papel de governante do país. Ainda assim, até mesmo outras mulheres fizeram

uso da expressão para marcar sua oposição à Dilma, denunciando falta de compreensão sobre as lutas por igualdade de gênero

Figura 6: Parlamentares utilizam a expressão “Tchau, querida!”



Fonte: *Google Imagens*²³

1.2.1 Novo governo, nova primeira-dama: velhos estereótipos sobre mulheres

Em questão de poucas horas após a apuração dos resultados do segundo turno das eleições de 2018, no dia 28 de outubro, o site *G1*, portal de notícias da *Rede Globo*, publicou uma matéria sobre a nova primeira-dama, Michelle Bolsonaro. A estrutura do enunciado como um todo, evoca nossa memória e nos remete ao texto publicado pela *Veja* sobre Marcela Temer.

A mulher dos bastidores: saiba quem é Michelle Bolsonaro, a nova primeira-dama

Discreta e caseira, esposa de Jair Bolsonaro apareceu poucas vezes na campanha eleitoral.

A mulher dos bastidores. A frase resume Michelle Bolsonaro em diferentes situações da vida, como eventos familiares, sua função na igreja evangélica que frequenta e seu papel em toda a campanha política do marido, Jair Bolsonaro. Com poucas aparições públicas, Michelle prefere adotar a discrição, não trabalha na linha de frente, mas é sempre atuante quando o assunto é solidariedade, segundo amigos do casal contaram ao *G1*.

Vinte e sete anos mais nova que Jair – ele tem 63 anos e ela, 36 –, Michelle, que é natural de Brasília, chama a atenção por seu jeito simples. Não gosta de roupas chamativas, não frequenta baladas, é muito religiosa e “linha dura” com as duas filhas: Letícia Aguiar, de 16 anos, fruto de um relacionamento

²³ Imagem de parlamentares segurando cartazes com a expressão “Tchau, Querida! ”. Disponível em: <<http://bit.ly/2RRhZcI>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

anterior, e Laura, de 8 anos, do casamento com Bolsonaro [...] (TEIXEIRA, 2018, online).

Michelle é, assim como Marcela, uma mulher que aparece pouco na mídia – característica que tem valorização positiva em ambos os textos. Ela também está “nos bastidores”, enquanto seu marido, Jair Bolsonaro, assume a liderança. Outra similaridade entre os dois casais é a diferença de idade entre o homem e a mulher – a sociedade incentiva que a mulher seja jovem, a indústria cria e fatura com tratamentos estéticos que previnem o envelhecimento, a publicidade vende a imagem feminina em uma eterna juventude. Ambas são esposas de homens políticos, em constante exibição em jornais e notícias no geral, o que nos leva a refletir sobre a mulher em um papel de acessório, uma companheira que deve estar ao lado de seu esposo nas aparições públicas para “enfeitar” e materializar a ideia de família, da moral que deve ser observada pelo “cidadão de bem”.

Contudo, quando a questão é a maternidade, Michelle assume o protagonismo: não é mais a coadjuvante “mulher dos bastidores”, mas passa a ser “linha dura”, ou seja, se preocupa com a educação das filhas e é atenta ao seu papel natural de mãe. Sua simplicidade e recato também são exaltados, visto que ela “não frequenta baladas” e “é muito religiosa”. Dessa forma, o enunciado promove a ideia de um antagonismo entre mulheres que frequentam baladas e aquelas que seguem alguma religião. A questão da religiosidade parece exercer o efeito de enlevar a mulher, relacionando-a com a pureza, virtude e dignidade. Isso pode ser justificado com o trecho a seguir da mesma matéria, a partir da opinião do pastor Silas Malafaia sobre Michelle:

[...] Silas define a primeira-dama como “simples, recatada e que não gosta de aparecer”. Conta que ela é prendada ao montar mesas para recepcionar convidados e que não dá moleza para as filhas.

“Tem mulher que é perua, desculpe a expressão, mas ela não é assim. Tem uma beleza com simplicidade, não é espalhafatosa, nunca gostou de aparecer ou colocar a cara para fora. Nem de se exhibir. Ela gosta de trabalhar nos bastidores”, conta Malafaia, que a conheceu 2008, quando Michelle começou a frequentar sua igreja [...] (TEIXEIRA, 2018, online).

Observa-se, no depoimento de Malafaia, a recorrência da palavra “recatada”, em tom de elogio à Michelle, assim como a mesma exaltação sobre a simplicidade e a pouca aparição pública. Além disso, o pastor estabelece uma diferença entre a mulher que é “perua” e “gosta de aparecer”, e a mulher que é simples, assim com Michelle (e Marcela). Desse modo, a sociedade patriarcal estabelece como padrão de beleza que a mulher seja discreta em suas

roupas, vaidosa, mas nunca espalhafatosa, com uma postura recatada, um temperamento fácil de lidar e humilde para permanecer em segundo plano.

A constante menção de que Michelle permanece nos bastidores imprime a noção de que ela não aparecerá muito no governo do marido, mas que estará presente de algum modo em seu mandato, novamente reforçando o postulado do senso comum de que o sucesso de um homem advém da ajuda que ele recebe de uma mulher, que o ampara e apoia. Além disso, é também uma tentativa de colaborar com a imagem de que o candidato preza pela participação da família em sua vida política e que confere espaço para a mulher, ainda que seja apenas de forma pouco expressiva e discreta.

Uma diferença entre a matéria da *Veja* e a do *GI* é a exposição dos trabalhos sociais feitos pela esposa de Bolsonaro, evocando a bondade como uma característica da primeira-dama. Essa sua característica benevolente parece ser utilizada como um recurso para conquistar eleitores e melhorar a reputação do marido, que ficou conhecido por suas declarações polêmicas relativas a grupos socialmente e economicamente desfavorecidos.

[...] Michelle apareceu na propaganda eleitoral de Jair Bolsonaro na última quinta-feira (25), em um programa dedicado às pessoas com deficiências. Na ocasião, Jair apresentou Michelle como defensora da causa.

“Uma mulher forte e sensível, dedicada à causa das pessoas com deficiência”, comentou o presidente eleito no vídeo.

Nas imagens exibidas na TV, Michelle explica que aprendeu libras sozinha e que tem se empenhado a ajudar pessoas.

“Minha mãe ensinou que a gente não podia negar água nem comida pra ninguém. E a gente cresceu com isso. Eu tenho um tio surdo, e ele que plantou essa sementinha na minha vida. Me despertou amor pelas libras, fui estudar e aprendi sozinha, e esse amor só foi aumentando” [...] (TEIXEIRA, 2018, online).

É notável que o tom emotivo-volitivo nas matérias sobre Marcela Temer e Michelle Bolsonaro é muito mais ameno do que aqueles que eram dedicados a Dilma Rousseff. Os perfis são colocados como antagônicos, reforçam estereótipos, preconceitos e revelam o embate presente em nosso país entre o conservadorismo e a luta por uma sociedade mais igualitária. Essa questão da avaliação feita pela mídia que aqui abordamos nos suscita importantes reflexões, visto que se trata de uma avaliação social. Podemos apreender como o tom e a entonação expressiva, ainda que não ocorram nos enunciados que mostramos de forma sonora, mas sim por meio de expressões e escolhas discursivas, influencia o enunciado. Para Medviédev (2016, p. 185), a avaliação social é

[...] justamente essa atualidade histórica que reúne a presença singular de um enunciado com a abrangência e a plenitude do seu sentido, que individualiza e concretiza o sentido e compreende a presença sonora da palavra aqui e agora. Pois é essa avaliação social que atualiza o enunciado tanto no sentido da sua presença fatural quanto no do seu significado semântico. Ela determina a escolha do objeto, da palavra, da forma e a sua combinação individual nos limites do enunciado. Ela determina, ainda, a escolha do conteúdo e da forma, bem com a ligação entre eles.

Assim, compreende-se, pela análise dos enunciados que expusemos, assim como em outros veiculados em diversos momentos, que existe um processo de estabelecimento de um padrão feminino na sociedade brasileira contemporânea, encorajado por setores políticos e religiosos com posturas conservadoras, viabilizado e reiterado pela mídia. Esse fato revela os preconceitos arraigados de nosso país e contribui com a manutenção de estereótipos ainda tão presentes quando o assunto se relaciona à mulher. Esse processo/retrocesso acontece de maneira progressiva, constante, cerceando a liberdade feminina, e fica mais aparente no governo Bolsonaro, com as postulações misóginas do próprio presidente, assim como as declarações de membros de seu partido e integrantes de ministérios.

Uma figura do governo bastante conhecida por seus discursos machistas, polêmicos e retrógrados é a atual ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos, Damares Alves. Os posicionamentos de Damares são calcados em sua concepção religiosa, ignorando a laicidade do Estado. Além disso, defende papéis de gênero extremamente marcados, como a máxima “meninos vestem azul e meninas vestem rosa”²⁴ e reproduz o machismo, com “a mulher deve ser submissa ao homem”, revelando incoerência em sua fala e deslocamento de seu lugar enquanto mulher e, sobretudo, enquanto ministra de uma pasta que prevê garantir os direitos das mulheres.

A ministra da Mulher, Família e dos Direitos Humanos, Damares Alves, disse nesta terça-feira (16) que dentro da sua “concepção cristã” a mulher deve ser submissa ao homem no casamento.

Damares deu a declaração durante audiência pública na Comissão de Defesa dos Direitos das Mulheres na Câmara.

Ela foi questionada pela deputada Alice Portugal (PCdoB-BA) sobre se a mulher deveria ser submissa ao homem. Damares então afirmou que, dentro da doutrina cristã, o homem é o líder do casamento.

“Dentro da doutrina cristã, sim. Dentro da doutrina cristã, lá dentro da igreja, nós entendemos que um casamento entre homem e mulher, o homem é o líder do casamento. Então essa é uma percepção lá dentro da minha igreja, dentro da minha fé”, declarou Damares [...] (BARBIÉRI, 2019, online).

²⁴ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/01/menino-veste-azul-e-menina-veste-rosa-diz-damares.shtml>>. Acesso em: 30 jun. 2019.

O excerto que aqui tomamos como exemplo foi publicado pelo *GI*, em abril de 2019. A figura de Damares é emblemática para compreendermos a representação da mulher no governo Bolsonaro. A “doutrina cristã” permeia muitos dos posicionamentos e decisões da política atual no Brasil e, por vezes, é utilizada como justificativa de atos que contradizem a Constituição. Os memes da Barbie Fascista abordam tais posicionamentos com ironia, invertendo-os e criando comicidade. No artigo sobre Michelle, abordado anteriormente neste capítulo, a questão da religião, da atitude cristã também é abordada como uma demonstração de virtude. Assim, é simbólico que uma ministra, incumbida da tarefa de resguardar os direitos humanos no Brasil, reforce a ideia patriarcal de que a mulher deve ser submissa, apoiada na religião, o que acaba por excluir as mulheres não cristãs, além de normalizar atitudes de violência doméstica que podem ser compreendidas como “submissão”.

Desse modo, vemos uma série de fatores que compõem a mulher ideal, sonho do patriarcado, perfeita como uma boneca – uma Barbie! Recatada, mãe, feminina, submissa, religiosa e sempre nos bastidores. Os memes da Barbie Fascista representam um tipo social de mulher que, por suas ideologias de direita e posicionamentos alienados, apoia Bolsonaro, apesar da misoginia e da perda de direitos. A falta de empatia por grupos social e economicamente vulneráveis deve-se ao seu *status* econômico elevado, ao seu contexto elitizado. As vozes sociais que constroem esses enunciados-memes remontam, com a figura da boneca símbolo de feminilidade, a personagem Barbie Fascista, encarnada na figura da cidadã de bem brasileira.

1.3 Você pode ser tudo o que quiser, contanto que seja uma Barbie

[...] isso torna Barbie um brinquedo projetado por mulheres para mulheres, para ensinar as mulheres o que – por bem ou por mal – é esperado delas pela sociedade.²⁵
(M. G. Lord, 2004, p. 21)

Assim como é crucial para o desenvolvimento deste trabalho compreender a imagem da mulher brasileira contemporânea veiculada pela mídia e nas redes sociais, é também importante investigarmos a razão pela qual a Barbie é a figura elegida pelas páginas do *Facebook* e de outras redes sociais para ilustrar o nosso objeto, os memes.

²⁵ No original: “[...] this makes Barbie a toy designed by women for women to teach women what—for better or worse—is expected of them by society”. Tradução nossa.

Partimos da noção que foi estabelecida, desde a criação da boneca até os dias atuais, de que a Barbie é para além de um brinquedo, um conceito de feminilidade e beleza em nossa sociedade, instaurado desde a infância para a maioria das meninas, que carregam consigo esse padrão para a vida adulta. Os valores veiculados pela Barbie são os da perfeição, do consumismo, da vaidade, e que deve ser encarada como um símbolo a ser seguido pelas mulheres nas sociedades capitalistas (que acabam sendo manipuladas por esse sistema).

Entre 1920 e 1930, o cinema começa a disseminar em suas telas uma imagem de corpos considerados ideais, magros, de forma a incitar o desejo das espectadoras de possuir a mesma aparência hollywoodiana. O padrão de beleza passa a ser o de atrizes como Brigitte Bardot, encorajado a ser seguido por ser considerado como símbolo de “mulher perfeita”. No período posterior à Segunda Guerra Mundial, mais precisamente em março de 1959, surge a boneca Barbie, com cintura extremamente fina, curvas bem delineadas e lábios carnudos, que remetem à Bardot (Figura 7).

Figura 7: Brigitte Bardot e Barbie



Fonte: *Google Imagens* (montagem nossa)²⁶

²⁶

Disponível

em:

<[https://www.google.com/search?q=primeira+boneca+barbie&hl=pt_BR&biw=1116&bih=647&tbm=isch&sxsr](https://www.google.com/search?q=brigitte+bardot+mai%C3%B4&tbm=isch&ved=2ahUKEwjovIetjYTAhW9M7kGHassApwQ2cCegQIABAA&oq=brigitte+bardot+mai%C3%B4&gs_lcp=CgNpbWcQAzoC6BAgAEEM6BAgAEB46BggAEAUQHICYWVj0a2DzbWgAcAB4AIABxwOIAbUIkgEHMC40LjQtMZBAKABAoBC2d3cy13aXotaW1nwAEB&scient=img&ei=3Bo3YOjeKb3n5OUPq9ml4Ak&bih=647&biw=1116&hl=pt_BR#imgrc=WfjV3I_LV2dViM>
<<a href=)

Contudo, a primeira inspiração para criar a boneca não surgiu nos cinemas, mas sim a partir de uma boneca alemã, chamada Lilli, destinada para o público adulto, com características muito sensuais e sexualizadas. De acordo com Roveri (2008), a boneca Lilli era uma caricatura pornográfica de histórias em quadrinho, veiculada em um jornal alemão, o *Bild*, mas que posteriormente passou a ser comercializada na versão física em bares e tabacarias para adultos. Símbolo sexual, sempre caracterizada em roupas íntimas ou muito curtas, seduzindo homens ricos em suas histórias, Lilli serve de inspiração para Ruth Handler, fundadora da *Mattel*. Em uma viagem em família para a Europa, a filha de Handler se interessa por Lilli, despertando na mãe a ideia de transformá-la em um brinquedo para as meninas americanas. Contudo, para a boneca ser aceita pelo novo público, várias alterações tiveram que ser realizadas.

Para adequar a boneca aos padrões americanos, Lilli passou por um “processo de desvulgarização”: de uma mulher experiente, era necessário implantar a imagem da mulher decente, respeitável, de família (ROVERI, 2008, p. 45). Assim surgiu a Barbie, que recebe esse nome em homenagem à filha de Handler, Barbara, estratégia que ajudou a vincular a ideia de família e infância à boneca. Algumas bonecas eram acompanhadas por objetos que remetiam ao trabalho doméstico e a papéis que reforçavam o instinto maternal, condizentes com um moralismo predominante nos EUA pós Segunda-Guerra, que incentivavam a volta das mulheres para suas funções no lar.

A criação de Ken, o namorado da Barbie, reforça a ideia da completude feminina obtida apenas por meio do relacionamento afetivo um homem, estabelecendo a heterossexualidade como normativa. Assim, percebemos que nossa sociedade não incentiva que uma mulher seja o que quiser, mas sim que siga um padrão, que seja uma Barbie – bonita, magra, heterossexual, dentre vários outros rótulos.

Para convencer as mães das meninas sobre a Barbie, campanhas publicitárias persuasivas (e milionárias) passaram a veicular a imagem da boneca com mais recato, muita feminilidade, ensinando as meninas a se comportarem e a se embelezarem. Inclusive, a *Mattel* foi umas das empresas pioneiras no *marketing* direcionado para o público infantil, considerando as crianças como consumidoras em potencial. “As propagandas iniciais da boneca sempre foram testadas antes com um grupo de meninas. Se elas não gostassem, o comercial não era veiculado na televisão” (ROVERI, 2008, p. 3).

O primeiro comercial da Barbie foi veiculado em 1959, ainda em preto e branco, logo após o lançamento da boneca pela *Mattel*, com o objetivo de apresentá-la aos consumidores. Ao assistirmos o comercial, percebemos que há uma tentativa de estabelecer um diálogo entre a marca não só com as crianças que brincariam com Barbie, mas principalmente com as mães. Isso porque Barbie não foi um sucesso de vendas imediato, visto que era considerada uma boneca muito sexualizada para servir de brinquedo para as meninas. O processo de produção de Barbie foi polêmico, vários designers contratados por Handler se recusaram a projetá-la por conta dos seios, característica feminina colocada em uma boneca pela primeira vez (ROVERI, 2008). Apresentaremos, com fotogramas, uma descrição analítica do comercial.

O projeto de dizer do comercial tenta alcançar e conquistar as meninas, ao estabelecer que Barbie é real e apropriada para fazer parte do cotidiano das jovens. Ao longo do comercial, muitas roupas e acessórios da boneca são mostrados, todos condizentes com a moda do momento, com comprimento longo e decotes comportados. Como música de fundo, ouve-se que Barbie possui todos os atributos considerados ideais para uma menina e, sobretudo, para uma dama. Atentos ao todo do enunciado, transcrevemos aqui a letra da música para o analisarmos em sua completude de sentido.

Barbie, você é linda! / Você me faz sentir, / Minha boneca Barbie é realmente real. / Barbie é pequena e tão petite, / suas roupas e aparência são tão elegantes. / Sua roupa de dança faz os sinos badalarem / nas festas ela lançará um feitiço / Inúmeras bolsas, chapéus e luvas / e todos os apetrechos que as garotas adoram! / Um dia eu serei / exatamente como você / Até lá, eu saberei exatamente o que fazer... / Barbie, linda Barbie... / Eu acreditarei que eu sou você²⁷.

Figura 8: Comercial de apresentação da Barbie



Fonte: *Barbie* (1959)²⁸

²⁷ Letra no original, em Inglês: “Barbie you're beautiful! / You make me feel, / my Barbie doll is really real. / Barbie's small and so petite, / her clothes and figure look so neat / Her dancing outfits ring some bells, / at parties she will cast a spell / Purses, hats, and gloves galore, / and all the gadgets gals adore! / Someday, I'm going to be / exactly like you / Till then I know just what I'll do... / Barbie, beautiful Barbie, / I'll make believe that I am you”. Tradução nossa.

²⁸ Sequência disponível em *Barbies* (1959), respectivamente 00:05, 00:10 e 00:12.

Já na primeira sequência do comercial (Figura 8), o logo da Barbie é apresentado, o mesmo que permanece até os dias atuais. Entre flores em um buquê, símbolo de feminilidade e cortejo de um homem para conquistar a mulher, vemos o logo que eternizou tanto a fonte quanto a cor *pink* para representação do nome da boneca. No segundo fotograma (00:10), observamos um afastamento da câmera, que já mostra o rosto da boneca, que usa um vestido rodado e um chapéu. No terceiro fotograma (00:12), vemos a presença de mais outras duas bonecas, uma em traje formal, outra em uma camisola longa, traje comum da época. Ouve-se o trecho da música que acompanha essa sequência: “Barbie, você é linda! Você me faz sentir... minha boneca Barbie é realmente real”, que idealiza a figura e a beleza da boneca, ao mesmo tempo que imprime um padrão a ser alcançado.

Figura 9: Barbies em escadaria



Fonte: *Barbie* (1959)²⁹

A música exalta a aparência de Barbie, com adjetivos como “linda”, “pequena” e “*petite*”, o que é corroborado pelas imagens e posicionamento da câmera, que a enquadra de modo a valorizar o formato de seu corpo, como pode ser visto nos fotogramas da Figura 9. As roupas marcam a cintura fina da boneca e demonstram como ela é realmente magra e longilínea. Outras bonecas vão sendo apresentadas por uma mão feminina (vemos uma pulseira no braço e uma mão delicada que segura a Barbie), com os cabelos penteados e em trajes para ocasiões diversas, em uma demonstração do vasto guarda-roupa que ela possui. Vale dizer que os modelos dessas roupas eram usados por pessoas de poder aquisitivo elevado da época, o que demarca que Barbie é rica e elegante, uma verdadeira dama. Posteriormente, a Mattel se valeria desse *status* de riqueza adquirido para vender as mansões da Barbie, os carros, hotéis, dentre outros tantos acessórios que compõem sua vida luxuosa e *pink*.

²⁹ Sequência disponível em *Barbies* (1959), respectivamente 00:14, 00:15 e 00:18.

Figura 10: Acessórios da Barbie

Fonte: *Barbie* (1959)³⁰

Na sequência apresentada pela Figura 10, outros acessórios da boneca são mostrados: chapéus, bolsas, óculos e mais peças de roupa (a música acompanha o movimento dos acessórios, com o trecho “Inúmeras bolsas, chapéus e luvas/ e todos os apetrechos que as garotas adoram!”). Outra estratégia inovadora da *Mattel* para aumentar os lucros foi vender, separadamente, os acessórios e roupinhas da boneca. Com isso, ainda que a criança não pudesse comprar várias bonecas, teria a possibilidade de colecionar as peças e acompanhar as mudanças do guarda-roupa de Barbie. Assim, as crianças ficam cada vez mais propensas ao consumismo, o que é incentivado nas sociedades capitalistas, já que o objetivo das marcas é obter lucro.

A publicidade não vende apenas a boneca, produto de plástico, ela trabalha para expandir o brinquedo no nível de uma *marca*, pois assim qualquer coisa pode ser *da Barbie*: roupas, artigos escolares, esportivos, eletrônicos, entre outros. A marca representa um modo de vida, um conjunto de atitudes, um conceito de feminilidade (ROVERI, 2008, p. 4).

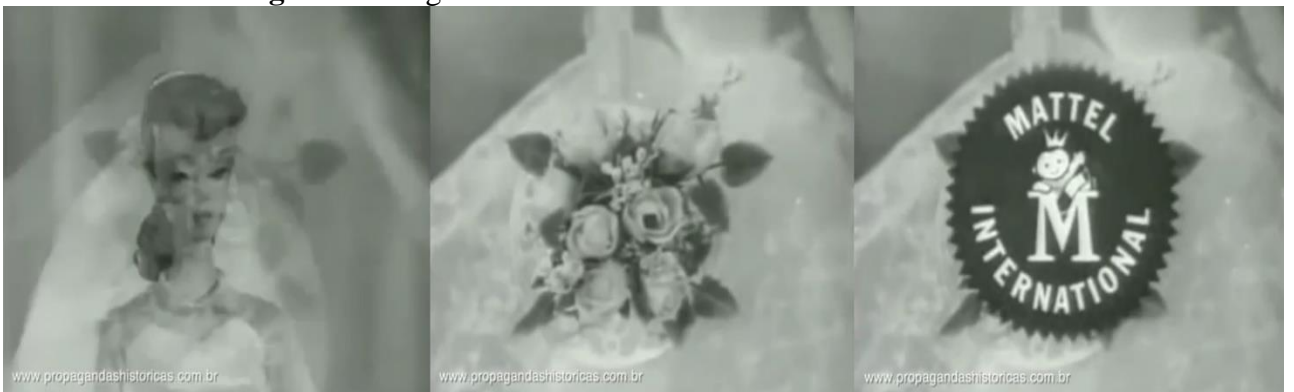
Ainda sobre a Figura 10, Barbie aparece em um traje formal (00:26 e 00:28), é despida (00:30) pela mesma mão feminina que aparece anteriormente (Figura 9), mas sem deixar seu corpo à mostra, o que acabaria por comprometer a imagem em construção de uma boneca “de família”. Segundos depois, uma voz masculina apresenta a boneca e fala o preço (três dólares). Na próxima tomada (Figura 11), a música de fundo volta a tocar, e acompanhamos a câmera fazer um movimento contrário daquele visto na Figura 8: primeiro mostra quatro bonecas em uma escadaria e vai, aos poucos, fechando o ângulo para enquadrar em uma Barbie noiva, que está no topo dos degraus.

³⁰ Sequência disponível em *Barbies* (1959), respectivamente 00:26, 00:28, 00:30 e 00:39.

Figura 11: Barbie noiva

Fonte: *Barbie* (1959)³¹

Na sequência apresentada na Figura 11, de 00'44 a 00'53'', ouve-se o seguinte trecho da música, conforme acompanhamos a câmera se aproximar cada vez mais do rosto da boneca noiva: “um dia eu serei exatamente como você. Até lá eu saberei exatamente o que fazer... Barbie, linda Barbie... eu acreditarei que eu sou você”. A letra da canção, ao ser analisada em conjunto com as imagens, imprime nesse enunciado valores muito presentes até mesmo nos dias atuais, visto que reflete e refrata a voz social do machismo e do falocentrismo (SAFFIOTI, 1987). O casamento é colocado como um objetivo a ser alcançado na vida de uma mulher e, na época do comercial, era um dos únicos caminhos possíveis para o gênero. Com esse comercial, a Mattel alinhou a boneca Barbie e a própria marca com os preceitos e valores tradicionais de família e matrimônio. Assim, Barbie educa as meninas a serem esposas e, posteriormente, mães.

Figura 12: Logo da Mattel ao final do comercial de 1959

Fonte: *Barbies* (1959)³²

O rosto da boneca aos poucos perde o foco, dando espaço para um buquê de flores muito semelhante ao que vemos na Figura 8. Portanto, se pensarmos que a boneca do início do comercial estava sendo cortejada, vemos que agora ela se casou, o percurso do namoro até o

³¹ Sequência disponível em *Barbies* (1959), respectivamente 00:44, 00:46, 00:49 e 00:53.

³² Sequência disponível em *Barbies* (1959), respectivamente 00:56, 00:57 e 00:59.

casamento foi concretizado e, portanto, de acordo com a letra da música, as meninas devem se inspirar para serem exatamente como a Barbie: esposas.

Com o *slogan* “Você pode ser tudo o que quiser”³³, a *Mattel* tenta vender a liberdade feminina como um valor da boneca Barbie. Apesar disso, como mostramos pela história de sua criação e por meio da análise do primeiro comercial, a marca instaurou no mundo toda uma imagem de mulher a ser seguida por todas as meninas, conseqüentemente desvalorizando a imagem das mulheres reais. Nas últimas décadas, a boneca passou a ser representada em várias profissões, mas sempre com a aparência física magra, alta, com cabelos longos, seios firmes, cintura fina, jovem e sempre na ponta dos pés, simbolizando o salto alto (e a feminilidade), em um estabelecimento de padrões difíceis (e, por vezes, perigosos) de serem seguidos, além de muito distantes da realidade feminina.

Uma cintura com oito centímetros e meio, um quadril com dez centímetros: vestir a menor numeração de roupas e deixar a barriga definida à mostra! Treze centímetros de bumbum, imune a celulite, estria, culote ou gordura, a qualquer marca de degradação física... Pernas longas, depiladas e sem varizes: sete centímetros já contando o salto, pois o pé sempre deve ficar nas pontas. Seios rígidos que medem 12,5cm e que possuem consistência plástica. Cabelos longos, lisos, louros “naturais”, desde a raiz! Olhos azuis, face sem rugas, maquiagem definitiva. Juntando-se todos esses atributos e dispondo-os num frasco branco de 29cm, tem-se a medida exata para uma intocável silhueta cheia de curvas, um modelo de corpo feminino que se multiplica duas vezes a cada segundo e disponibiliza sua boa forma para 120 milhões de crianças do mundo todo, a cada ano (ROVERI, 2008, p. 1).

Ainda que a empresa tenha começado a produzir bonecas que tentam acompanhar as demandas da sociedade por mais igualdade e inclusão das diferenças, como bonecas com deficiências físicas, com diversos tons de pele e com outros biótipos, estas são comercializadas e conhecidas como “amigas da Barbie”, o que reforça que o destaque deve ser reservado para o padrão branco e loiro, da Barbie clássica, conforme pode ser visto na Figura 13.

³³ Em inglês, “You can be anything”.

Figura 13: Postagem da Mattel mostra Barbie e amigos



Para exemplificarmos esse fato, consultamos o *Instagram*³⁵ da *Mattel*, levando em consideração de que essa é uma rede social que consegue aproximar as marcas aos seus consumidores. Elegemos a postagem da Figura 13, que demonstra a tentativa por parte da marca de repaginar suas bonecas e acompanhar as mudanças sociais. Porém, o discurso da empresa continua a privilegiar o padrão da Barbie branca e loira ao colocá-la, no caso dessa postagem em específico, no centro da imagem, com maior destaque. Na legenda da foto, lê-se “Longe ou perto, a amizade nunca falha” (tradução nossa), o que comprova que a Barbie pode ter amigos “diferentes”, mas ela continua sendo praticamente a mesma desde 1959, apenas sendo modificada para acompanhar os novos padrões estéticos e de moda. Essa postura que aqui evidenciamos pode ser observada em diversas publicações da marca, assim como em campanhas publicitárias mais recentes.

Desde sua criação, a boneca Barbie foi criticada por movimentos feministas e órgãos responsáveis pela proteção de crianças. Isso se deve ao fato da boneca promover um padrão de corpo e de beleza difícil de ser alcançado, que encoraja uma busca desenfreada pela perfeição plástica e que pode ajudar até mesmo no desenvolvimento de transtornos alimentares ou de imagem.

³⁴ Disponível em <<https://www.instagram.com/p/CGVFauVnfC3/>>. Acesso em 28 set. 2020.

³⁵ Disponível: <<https://www.instagram.com/barbie/>>. Acesso em 28 set. 2020.

Sentimentos intensos sobre a Barbie não giram exclusivamente em torno do amor. Para cada mãe que abraça a Barbie como um brinquedo tradicional e avidamente introduz a filha à boneca, há também outra mãe que tenta banir a Barbie de sua casa. Para cada animadora de torcida loira e fofa que salta em direção a um papel de gênero exagerado, há uma bulímica em recuperação que se recusa a usar vestidos e culpa a Barbie por sua condição. Para cada colecionador, para quem o acúmulo de objetos da Barbie é uma língua mais extraordinária do que palavras, há um escritor de ficção ou poeta ou artista visual para quem a Barbie é musa e metáfora – e cuja mensagem diz respeito a inequidades de classe ou da efemeridade da sexualidade infantil³⁶ (LORD, 2004, p. 20).

Apesar das contradições e insatisfações que suscita, a boneca ainda é o brinquedo mais rentável da *Mattel*, mesmo com a marca tendo apresentado queda nas vendas³⁷ em alguns momentos, principalmente entre os anos de 2012 e 2017. Justamente com o propósito de tentar reverter a situação e não perder um filão de mercado, a marca incorporou algumas pautas em voga na sociedade, como a da diversidade racial, igualdade entre gêneros e da aceitação de diferentes corpos. Sobretudo nos últimos anos, a partir de 2016, a empresa concentrou seus lançamentos em linhas com bonecas e bonecos que apresentam tom de pele negra, cabelos ondulados e crespos, personagens com deficiência física, vitiligo, dentre outras características antes não vistas em uma Barbie.

A empresa, progressivamente, ampliou essa linha com mais diversidade de bonecas, que recebeu o nome de *Barbie Fashionista*. Apresentaremos a análise de um comercial produzido para promover essa coleção, veiculado pelo canal oficial *Barbie em Português*³⁸ (*YouTube*), postado em 20 de março de 2020. Nosso intuito com a análise em questão é observar como a *Mattel* manifestou, por meio de seus lançamentos, as ideologias da marca perante as modificações ocorridas na sociedade, para verificarmos o que se alterou e o que foi mantido. O comercial acompanha a seguinte descrição:

Somos Barbie é a campanha da Barbie focada em inspirar todos a serem o que quiserem! Descubra novos looks, tons de pele e infinitas possibilidades para criar novas histórias com seu/sua filha. Sobre a Barbie: Há mais de 61 anos, a Barbie guia meninas por um caminho de autodescoberta, ajudando-as a

³⁶ No original: “Intense feelings about Barbie do not run exclusively toward love. For every mother who embraces Barbie as a traditional toy and eagerly introduces her daughter to the doll, there is another mother who tries to banish Barbie from the house. For every fluffy blond cheerleader who leaps breast-forward into an exaggerated gender role, there is a recovering bulimic who refuses to wear dresses and blames Barbie for her ordeal. For every collector to whom the amassing of Barbie objects is a language more exquisite than words, there is a fiction writer or poet or visual artist for whom Barbie is muse and metaphor—and whose message concerns class inequities or the dark evanescence of childhood sexuality”. Tradução nossa.

³⁷ *Fabricante da Barbie anuncia queda nas vendas acima do esperado*. Disponível em: <<https://exame.com/negocios/fabricante-da-barbie-anuncia-queda-nas-vendas-acima-do-esperado/>>. Acesso em 02 jul. 2020.

³⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC_h9AO8TltqcMoe2UgropOg>. Acesso em 02 jul. 2020.

imaginar possibilidades. Depois de mais de 180 carreiras inspiradoras, a Barbie, juntamente com seus amigos e familiares, continua a inspirar e encorajar a próxima geração de meninas a serem o que elas quiserem (SOMOS, 2020, online).

A descrição do vídeo dialoga com o *slogan* da Mattel, “Você pode ser o que quiser”, que vende a ideia da liberdade feminina para as meninas, ao afirmar que estas são livres para escolher desde os mais diversos looks até as mais inspiradoras profissões (é apontado que a Barbie conta com 180 versões de “carreiras inspiradoras”). O enunciado, assim como comercial analisado de 1959, busca estabelecer uma proximidade com os pais, compreendendo-os como consumidores já que são eles quem fazem as escolhas para seus filhos.

No trecho “[...] infinitas possibilidades para criar novas histórias com *seu/sua* filha”, chamamos a atenção para o fato de que os pronomes possessivos aparecem com os gêneros feminino e masculino marcados no texto, e não só pelo pronome feminino “sua”, como poderia ser esperado por se tratar de um comercial de bonecas, objeto atrelado principalmente a meninas. Essa escolha discursiva evidencia o projeto de dizer da marca, que busca afirmar seu compromisso com a aceitação das diversidades, visto que inclui a possibilidade de meninos brincarem com Barbie. Nesse ponto, verificamos uma diferença se compararmos com o outro comercial já analisado, direcionado exclusivamente para o público feminino.

A presença do verbo “guiar”, em “[...]Barbie *guia* meninas por um caminho de autodescoberta”, demonstra que a *Mattel* compreende a Barbie como um modelo a ser seguido por meninas e se esforça para que essa seja a visão da sociedade sobre a boneca: um brinquedo saudável, apropriado e, agora, atento às diferenças de gênero e raça (mas não de classe, pois Barbie continua a ser representada como uma mulher rica). De acordo com o enunciado, as meninas conseguem se descobrir ao brincar com Barbie e vivenciar experiências variadas por meio da vida de *glamour*, das profissões e da imagem da boneca. Contudo, não são somente as virtudes de Barbie que são vendidas em caixas nas lojas, mas sobretudo sua aparência, seu corpo inatingível (ao menos não de forma natural), seu padrão de beleza norte-americano e seu status social. Assim, ao invés de libertar, Barbie age como um instrumento de imposição de padrões de beleza e comportamento para crianças e para mulheres. Barbie não é apenas um brinquedo, mas um valor, um signo ideológico que representa a hegemonia e o padrão.

Por meio de fotogramas, mostraremos alguns trechos do comercial a fim de o descrevermos e analisarmos. Na Figura 14, nos primeiros segundos do enunciado, vemos um ambiente iluminado pelo sol, com árvores e pessoas circulando, como em um parque. Caminham de mãos dadas uma mulher e uma criança, que segura em uma das mãos uma boneca

Barbie. É possível ver flores do lado direito da imagem, em uma espécie de barraca. Mãe e filha se aproximam da banca, a câmera acompanha esse trajeto, e se direcionam à florista, uma jovem branca de cabelos platinados e mechais azuis. A menina demonstra surpresa ao ver a florista e olha em seguida para sua boneca, que apresenta as mesmas características de pele e cabelo da moça, e inclusive veste uma regata branca. Em uma demonstração de excitação ao constatar a semelhança, a menina exclama: “Olha mamãe, igualzinha a Barbie!”.

Figura 14 – Florista de cabelos coloridos



Fonte: *Somos Barbie* (2020)³⁹

³⁹ Sequência disponível em *Somos Barbie* (2018), respectivamente 00:02, 00:03, 00:04, 00:05, 00:06 e 00:07.

Figura 15 – Barbie ruiva

Fonte: *Somos Barbie* (2018)⁴⁰

Na próxima cena, a menina protagonista aparece brincando com uma garota ruiva, de pele branca. As duas parecem estar em uma barraca, e brincam com bonecas Barbie. Enquanto elas conversam e riem, a protagonista segura uma boneca Barbie de cabelos longos e ruivos. A câmera enquadra o rosto da menina e da Barbie ruiva, colocando-as em evidência e, logo depois, corta para a mãe da protagonista que aparece acompanhada de uma mulher ruiva (primeiro fotograma da Figura 15). Elas estão de pé, em outro cômodo, próximas à porta. A mulher ruiva faz um gesto com a mão e chama a filha para ir embora. A câmera volta a filmar as meninas e a protagonista fala novamente “Olha, mamãe, igualzinha a Barbie” e há um enfoque na boneca Barbie ruiva. Após o comentário da menina, as mães se entreolham felizes e sorriem.

⁴⁰ Sequência disponível em *Somos Barbie* (2018), respectivamente 00:05, 00:06, 00:07 e 00:08.

Figura 16 – Barbie com Vitiligo



Fonte: *Somos Barbie* (2018)⁴¹

Nos próximos segundos, somos transportados pelo comercial para uma livraria (Figura 16). Em primeiro plano, vemos mãe e filha (protagonistas) sentadas. A mãe olha para baixo, ao ler um livro, enquanto a filha brinca com uma Barbie negra, de cabelos presos em um coque. Em segundo plano, ao fundo, vemos uma estante de livros que ocupa toda a parede, e uma mulher de roupa rosa e coque que caminha olhando para os livros. A garota direciona o olhar para a mulher, e a câmera acompanha o movimento desse olhar e nos mostra um *close* dela. É possível perceber, com essa aproximação da câmera, que ela tem Vitiligo (doença que causa despigmentação na pele e deixa manchas esbranquiçadas). A menina aparece boquiaberta (fotograma 2 da Figura 16) e chama a atenção da mãe para o fato de que sua Barbie tem Vitiligo, assim como a moça que está atrás delas. Nessa cena, a menina não repete a frase “igualzinha a Barbie”, mas a troca de olhares entre mãe e filha e as concordâncias feitas com a cabeça demonstram que elas estão atentas a semelhança da mulher e da boneca, assim como ocorre nos outros momentos do comercial.

⁴¹ Sequência disponível em *Somos Barbie* (2018), respectivamente 00:19, 00:20, 00:21 e 00:22.

A última imagem da cena, apresentada pela Figura 16, enquadra exclusivamente a boneca Barbie com vitiligo. Além de apresentar a despigmentação na pele, a semelhança dessa boneca com a mulher que está na livraria se dá pelo penteado do cabelo (coque) e pela roupa em cores claras, com predominância do rosa. Apesar da tentativa de representatividade de diferentes pessoas, a Barbie com vitiligo é tão magra quanto as outras bonecas de linhas tradicionais da marca, o que confirma o padrão magro da marca como uma ideologia hegemônica, que privilegia certos tipos de corpos. Mesmo as Barbies fashionistas que representam corpos gordos não condizem com a realidade de pessoas obesas ou acima do peso. A resposta da marca pela demanda da sociedade por maior representatividade dos corpos foi, na realidade, camuflada por pequenas alterações.

Figura 17 – Barbie com prótese em perna



Fonte: *Somos Barbie* (2018)⁴²

A última cena do comercial mostra as duas protagonistas em um passeio no parque, semelhante ao cenário da primeira tomada. Outra criança, loira e mais nova, aparece e segura uma Barbie em mãos. Ela se dirige a sua mãe e fala “Olha mamãe, igualzinha a Barbie!”, mesmo enunciado repetido pela protagonista ao longo do vídeo. Em movimento vertical, a câmera focaliza a imagem da boneca nas mãos da menina loira. Descobrimos que essa boneca tem uma prótese na perna esquerda. Logo em seguida, a câmera enfoca a protagonista, momento em que o comercial surpreende o espectador.

⁴² Sequência disponível em *Somos Barbie* (2018), respectivamente 00:33, 00:34, 00:36 e 00:37.

Figura 18 – Mãe e filha se abraçam ao final do comercial



Fonte: *Somos Barbie* (2018)⁴³

O primeiro fotograma da Figura 18 mostra o distanciamento da câmera, que captura a menina protagonista, mostrando pela primeira vez seu corpo inteiro. Nesse momento, entendemos que o enunciado “igualzinha a Barbie”, dirigido pela criança loira à protagonista, se direciona a protagonista, que também é representada por uma Barbie que semiotiza sua deficiência física. Nos fotogramas 3 e 4, mãe e filha se abraçam e sorriem, felizes por se sentirem representadas pela marca, como se tudo estivesse perfeito, valor muito difundido ao vender a boneca como um sonho.

Os comerciais de 1959 e 2018, apesar do intervalo longo de tempo, demonstram que a Mattel priorizou a manutenção de seus valores e padrões, mas acrescentou algumas alterações ao longo dos anos para angariar um nicho do mercado. A pretensa representatividade de corpos diferentes, mais gordos, com deficiência física e com outras tonalidades de pele, se revela ainda pequena, pois a magreza de Barbie (assim como o padrão loiro e branco) ainda é predominante nas publicidades da marca, o que distancia a boneca de mulheres reais. A marca estabelece em seus comerciais um apelo direto às mães, para convencer sobre a importância da Barbie como símbolo de feminilidade e de valores positivos (como o de “boa-moça”) para a educação de suas filhas. Se no primeiro comercial o padrão ditado por Barbie era o casamento, no comercial de 2018 vemos um enfoque para ensinar meninas sobre a aceitação das diferenças e também,

⁴³ Sequência disponível em *Somos Barbie* (2018), respectivamente 00:38, 00:39, 00:41 e 00:42.

na descrição do vídeo, sobre a importância da escolha da profissão. Essa alteração reflete e refrata as lutas históricas dos movimentos sociais ao longo dos anos, mas que foi inserida no discurso da Mattel motivada sobretudo pelo lucro, para atrelar a marca ao “politicamente correto”.

Além do abismo estético entre as mulheres de carne e osso e a mulher de plástico, existe também uma notável diferença financeira e social: a Barbie é sempre rica e vive em um mundo de sonhos, possui um guarda-roupa que acompanha a moda, dirige diferentes modelos de carro e está sempre viajando. Esse comportamento não condiz com a maioria da população mundial, inclusive a parcela de pessoas que consome esse produto. A futilidade da vida de Barbie, sua alienação aos problemas sociais e políticos do mundo, sua subordinação travestida de feminilidade e ingenuidade são características que fizeram ser possível atrelar sua imagem ao meme que conhecemos por Barbie Fascista.

Toda a história de criação da boneca nos leva a refletir sobre o fato de que a esta, feita por uma mulher para outras mulheres, reforça preconceitos e estereótipos duros para as próprias. Fazemos aqui uma analogia aos memes da Barbie Fascista, que veiculam em seu conteúdo críticas à falta de consciência de classe por parte das mulheres que votaram em Bolsonaro, ainda que cientes de seus discursos misóginos. Mulheres essas privilegiadas, que costumam proferir discursos alienados e alarmantes, opinando sem muito ou quase nenhum conhecimento político, motivadas apenas por seus próprios interesses, condizentes com o de sua classe social, como se vivessem em um “mundo cor-de-rosa”.

Motivados por essas reflexões, analisaremos nas próximas o filme *Mulheres Perfeitas* (2004), que retrata a vida submissa de mulheres transformadas em robôs por seus maridos na cidade fictícia de Stepford. Para cotejo, trazemos uma análise sobre o movimento *Tradwife*, composto por mulheres que afirmam ter escolhido se submeter aos maridos, como se estivessem em 1950.

1.4 Esposas Perfeitas: da ficção ao Movimento *Tradwife*

Por que, então, a imagem nega o mundo? Por que limita as mulheres a “uma paixão, um papel, uma ocupação”? Não muito tempo antes, as mulheres sonharam e lutaram por igualdade, por seu próprio lugar no mundo. O que tinha acontecido com os sonhos delas? Quando as mulheres decidiram renunciar ao mundo e voltar para casa?

(Beth Friedan, 2020, p. 40)

O filme *Mulheres Perfeitas*⁴⁴ estreou nos cinemas em 2004. O longa metragem foi dirigido por Frank Oz e com o roteiro feito por Paul Rudnick, baseado no livro homônimo⁴⁵ da autora Ira Levin, de 1972, um sucesso de vendas. Este filme é um *remake*, ou seja, uma reprodução moderna do filme de 1975, dirigido por Bryan Forbes e estrelado pela atriz Katharine Ross. Apesar da existência desses dois enunciados-fílmicos, esclarecemos que analisaremos apenas o de 2004, pelo fato de ser mais recente e, justamente por isso, suscitar debates mais contemporâneos.

O enredo é centrado na história de Joanna Eberhart (interpretada por Nicole Kidman), uma bem-sucedida executiva da emissora fictícia *EBS*. Após o fracasso de um dos programas dos quais dirigia, Joanna é demitida e entra em colapso nervoso, o que a leva a querer uma mudança radical em sua vida. Ela, seu marido e seus dois filhos se mudam para a cidade fictícia de Stepford, localizada no subúrbio de Connecticut, em que tudo parece ser perfeito e onde as mulheres se vestem e agem como se estivessem nos anos 50, desde suas roupas até a submissão aos maridos.

Figura 19 – Créditos iniciais do filme



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁴⁶

⁴⁴ *The Stepford Wives*, título original em Língua Inglesa.

⁴⁵ Nas edições brasileiras, é possível encontrar duas traduções para o título do livro: *Mulheres Perfeitas* ou *As Possuídas*.

⁴⁶ Sequência disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente 00:00:51, 00:00:58, 00:01:07, 00:01:09, 00:01:10 e 00:01:13.

Os créditos iniciais já conduzem o espectador à atmosfera dos Anos Dourados, em uma abertura que traz mulheres com vestidos rodados, que eram moda na época, felizes ao desempenhar tarefas domésticas, ao dançar e acompanhar seus maridos. Essas mulheres encontram-se rodeadas de utensílios domésticos ou na cozinha, como em trechos de publicidades e programas de televisão do período, que incentivavam o papel da mulher como “*esposa dona de casa*” (FRIEDAN, 2020).

Nesse mesmo período dos Anos Dourados, Betty Friedan começou a observar um comportamento mais melancólico e insatisfeito entre as donas de casa estadunidenses e, inclusive, em si mesma. Um comportamento muito diferente do que era divulgado nas mídias da época, principalmente nas revistas femininas, que mostravam esposas e mães felizes e realizadas em suas tarefas domésticas (assim como na abertura do filme, mostrado na Figura 19). De acordo com a autora do livro que marcou o início da Segunda Onda do Feminismo, a imagem da mulher veiculada por essas revistas era

[...] jovem e frívola, quase infantil; fofa e feminina; passiva; alegremente satisfeita em um mundo de quarto e cozinha, sexo, bebês e lar. A revista definitivamente não esquece o sexo; a única paixão, a única busca, o único objetivo permitido à mulher é a busca por um homem. É repleta de comida, roupas, cosméticos, móveis e corpos de mulheres jovens, mas onde está o mundo de pensamentos e ideias, a vida da mente e do espírito? Na imagem da revista, as mulheres não trabalham, à exceção do trabalho doméstico e do trabalho para ter um corpo bonito e conseguir e manter um homem (FRIEDAN, 2020, p. 38).

Por verificar essa discrepância entre a realidade do que estavam vivendo as mulheres e o que era esperado das mesmas pela sociedade, Friedan começou a entrevistar suas antigas colegas de faculdade. A partir de 1957, ela entrevistou cerca de 200 mulheres com o intuito de compreender como a imagem de mulher e dona de casa perfeita, incentivada pelo período pós-Segunda Guerra, afetava as mulheres em todos os âmbitos. A essa imagem de mulher perfeita, Friedan deu o nome de *mística feminina*, que compreende uma série de imposições e padrões elaborados pelo patriarcado sobre como a mulher deve ser e onde ela deve estar: encerrada no lar.

Figura 20 – As esposas de Stepford



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)

As esposas de Stepford semiotizam a mística feminina, tanto na aparência quanto na personalidade e nos trejeitos. Na Figura 20, vemos mulheres magras e jovens, todas em vestidos florais, muito femininos e que realçam os seios, pernas e cintura. A grande maioria dessas mulheres é branca, todas têm os cabelos lisos e em penteados elegantes, usam acessórios e sapatos de salto alto. A partir dessa breve descrição, já podemos começar a estabelecer comparações com a boneca Barbie, também sempre representada com um biotipo alto, magro, de pele branca e cabelos loiros. Lembremos que a boneca começou a ser vendida em 1959, período influenciado pelos ideais de beleza e comportamento típicos da *mística feminina*, ou seja, a boneca (encarada por nós como signo ideológico) refletiu e refratou as axiologias da época em que foi criada, assim como ainda perpetua padrões de beleza e comportamento.

“Se eu tenho uma vida, quero vivê-la loira”, proclamava a imagem de uma mulher linda e sem expressão em anúncios veiculados em jornais, revistas e cartazes de farmácias. E em todos os Estados Unidos, três em cada dez mulheres pintavam o cabelo de loiro. Comiam um pó chamado Metrecal, em vez de comida, para ficar com as medidas das modelos jovens e magras. Compradores de lojas de departamento relatavam que, desde 1939, as estadunidenses tinham passado a vestir roupas três ou quatro números menores. “As mulheres querem caber nas roupas, e não o contrário”, disse um comprador (FRIEDAN, 2020, p. 15).

Além da aparência física, as esposas de Stepford muito se assemelham à Barbie por terem os movimentos engessados, rígidos, sempre com um sorriso no rosto (ver as capturas de

tela da Figura 21). Quando Joanna chega a cidade de Stepford e conhece as moradoras, fica assustada por vê-las tão arrumadas (Figura 20) para uma aula de ginástica, com roupas impróprias para a prática esportiva. Ao questionar a síndica do lugar se todas malhavam com aquelas roupas, Claire Wellington (interpretada pela atriz Glenn Close) responde: “- Mas é claro! Seja lá o que fizermos, queremos estar sempre lindas. Imagine só se nossos maridos nos vissem com moletons amassados e escuros com cabelo oleoso e quase sem maquiagem”. Pela resposta de Claire, compreendemos que em Stepford a beleza é encarada como uma exigência para as mulheres que querem agradar aos maridos e que, portanto, o modo com que Joanna se vestia e portava destoava do padrão do lugar, com suas roupas em cores escuras e cabelos desgrenhados.

Figura 21- Mulheres de Stepford a sorrir



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁴⁷

Cada momento histórico exigirá das mulheres um padrão estético e comportamental diferente a ser seguido. Wolf (2020) classificou tais imposições como o *Mito da Beleza*, que assim como outros mecanismos do patriarcado, cerceia a liberdade feminina e se atualiza de forma a sempre relegar à mulher o papel de coadjuvante na sociedade. Para a autora, “as qualidades que um determinado período considera belas nas mulheres são apenas símbolos do comportamento feminino que aquele período julga ser desejável. O mito da beleza de fato sempre determina o comportamento, não a aparência” (WOLF, 2020, p. 31).

⁴⁷ Imagens capturadas a partir do filme *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente em 00:38:57 e 00:39:00.

Figura 22 – Apresentação de Joanna Eberhart



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁴⁸

No trecho apresentado por nós por meio dos fotogramas da Figura 22, é possível observar que Joanna é uma mulher desinibida, que fala com facilidade para uma plateia de fãs, confia no sucesso do seu trabalho e é reconhecida por ele. Observamos essas características em sua maneira confiante de andar, de se dirigir ao público e por sua aparência física, com cabelos curtos que fogem do padrão do cabelo longo (sinônimo de feminilidade em várias culturas). Além disso, Joanna veste um *tailleur* preto (conjunto de saia e casaco), roupa que não revela o corpo e que é muito utilizada por mulheres executivas, que alude a peças do guarda-roupa masculino, como os ternos. Em seu estudo sobre o significado e impacto das cores na sociedade, Eva Heller (2013, p. 253) afirma que “quem se veste de preto não tem necessidade de se tornar interessante pelas cores que usa; para isso, basta sua personalidade”.

⁴⁸ Sequência disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente 00:03:48, 00:03:51, 00:03:55, 00:03:58, 00:04:00 e 00:04:02.

Figura 23 – Joanna Eberhart encontra as esposas de Stepford



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁴⁹

Percebemos que, no filme, Joanna se destaca de maneira negativa ao chegar em Stepford, por representar o oposto das esposas perfeitas do local, conforme podemos perceber pelas capturas de tela apresentadas na Figura 23. O enunciado fílmico evidencia a incompatibilidade da personagem ao contrastar a feminilidade das moradoras com o desleixo de Joanna, as roupas coloridas e florais com suas roupas sóbrias, o comportamento submisso em contraste com seu perfil de liderança. Contudo, Joanna não é a única que diverge do padrão Stepford. Em uma comemoração do feriado da Independência, ela conhece pessoalmente a personagem Bobbie Markowitz (interpretada por Bette Midler), uma escritora famosa, conhecida por seus livros polêmicos. A aparência física de Bobbie é inclusive mais contrastante do que a de Joanna: a escritora é baixa, acima do peso e tem os cabelos ondulados, além de não ser tão jovem quanto a executiva.

⁴⁹ Imagens capturadas a partir do filme *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente em 00:18:40 e 00:18:50.

Figura 24 – Joanna e Bobbie se encontram pela primeira vez



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁵⁰

As roupas de Joanna e Bobbie se destacam em meio aos habitantes de Stepford, inclusive dos homens que aparecem na Figura 24. Por serem mulheres com carreiras de sucesso, que se impõem contra os padrões, a incompatibilidade das duas personagens revela uma resistência à oficialidade. Ainda para Heller (2013), a cor preta é a cor da negação, ou seja, é associada aos movimentos que protestam contra as tendências da sociedade, que negam determinados preceitos, como o movimento *punk*, por exemplo. A personagem Joanna é irreverente e inova com seus programas de televisão, ao abordar temas que são pouco explorados, assim como Bobbie, uma intelectual que prioriza a escrita de seus livros e que não se cala perante aos homens de Stepford.

O uso do preto destaca o não pertencimento à cidade de Stepford, já que elas não se enquadram aos padrões de feminilidade impostos pelo lugar (e pela sociedade). Joanna e Bobbie são como as forças centrífugas que tentam lutar contra a corrente oficial e monológica de Stepford. Na cena apresentada na Figura 25, Joanna e seu marido Walter discutem e tentam melhorar a situação matrimonial, sentados lado a lado em uma escadaria. No momento seguinte, Walter se levanta, ficando em uma posição espacial de superioridade em relação a Joanna. Optamos por transcrever a conversa dos personagens para analisá-la em conjunto com os

⁵⁰ Sequência disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente 00:22:34, 00:22:36, 00:22:39 e 00:22:40.

fotogramas, para explicitar a verbivocovisualidade do enunciado, como tem sido feito por Paula em seus trabalhos (PAULA, 2017; PAULA e SERNI, 2017; PAULA e LUCIANO, 2020).

Figura 25 – Joanna e Walter conversam em escada



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁵¹

Joanna: - Mas se eu não sou a mais inteligente, a melhor dentre todas e a mais bem-sucedida, então não sei quem eu sou.

Walter: - Quer descobrir?

Joanna: - Como?

Walter: - Antes de tudo: nós estamos no interior agora, chega de preto.

Joanna: - Chega de preto? Você enlouqueceu?

Walter: - Você me ouviu. Só as executivas castradoras e megeras de Manhattan usam preto. É o que quer ser?

Joanna: - Desde quando eu era uma garotinha. (OZ, 2004, 00:31:22 – 00:31:50)⁵²

Notemos que as cenas apresentadas na Figura 25 tem a coloração mais escura, isso porque Joanna e Walter conversam durante a noite. As poucas luzes do ambiente criam uma atmosfera de intimidade, que revela a seriedade do assunto discutido entre marido e mulher. A conversa acontece após uma briga entre o casal, motivada, de acordo com Walter, pelo temperamento controlador da esposa. No diálogo transcrito, Joanna admite que só consegue se

⁵¹ Sequência disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente 00:31:30, 00:31:32, 00:31:33 e 00:31:35.

⁵² A transcrição do diálogo foi feita a partir do áudio original do filme, em Inglês, e traduzido por nós posteriormente.

reconhecer enquanto a mulher bem-sucedida, que sempre se destacou em todos os aspectos de sua vida graças a seu intelecto, e não a seus atributos físicos.

Enquanto os dois personagens estão sentados na escadaria, a voz de Walter se mantém no mesmo tom que o de Joanna, fisicamente eles estão em posição de igualdade, sentados no mesmo degrau. Ao perguntar a Joanna se ela gostaria de descobrir quem ela era realmente, Walter se levanta e assume posição de superioridade. Seu tom de voz se eleva e ele afirma, como uma ordem: “chega de preto”, o que deixa Joanna pensativa. O fim do diálogo é marcado pela transição de outra cena, agora com mais luminosidade, pois já é dia (segundo fotograma da Figura 26). Uma porta de geladeira aparece em primeiro plano, e conforme essa porta é fechada, Joanna aparece em novos trajes: um vestido rosa claro com babados nas mangas, um avental em estampa floral e uma tiara rosa com laço, peças muito femininas, que remetem meiguice e infantilidade. A mudança no visual é também acompanhada de uma mudança comportamental da personagem, que tenta ser mais positiva e solícita.

Figura 26 – Mudança de visual de Joanna



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁵³

Como já mencionamos, Joanna comandava a emissora em que trabalhava antes de se mudar para Stepford. Em seu cargo, a personagem tinha autonomia para trabalhar e usar sua criatividade para desenvolver programas de televisão à frente do tempo. Ela, inclusive, estava em um cargo acima de seu marido, que também trabalhava na mesma emissora. A mudança em

⁵³ Sequência disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente 00:31:55, 00:31:56, 00:31:57 e 00:31:58.

seu guarda-roupa é simbólica e reflete o processo da perda de sua autonomia, de seu poder. De acordo com Heller (2013, p. 253), “o maior oposto psicológico à roupa preta são os vestidos cor-de-rosa”, e por isso Walter classifica as mulheres que vestem preto, que estão em cargos de destaque, como “executivas castradoras e megeras”.

Ao abrir mão de suas roupas pretas para se encaixar à nova vida e para satisfazer os desejos do marido, Joanna começa seu processo de submissão, de perda de sua identidade e subjetividade, o que é muito comum na vida das mulheres e já foi flagrado como um problema recorrente em diversos momentos históricos pois, como afirma Wolf (2020, p. 29), “a ‘beleza’ é um sistema monetário semelhante ao padrão-ouro. Como qualquer sistema, ele é determinado pela política e, na era moderna no mundo ocidental, consiste no último e melhor conjunto de crenças a manter intacto o domínio masculino”.

Mesmo com as mudanças até aqui apontadas, Joanna continua intrigada com a perfeição de Stepford e não se conforma com a submissão das mulheres do lugar, que parecem sempre felizes e impecáveis. Ela, Bobbie e o amigo Roger, também recém-chegado à cidade, vão visitar uma vizinha, Sarah, e encontram um controle remoto no chão da casa, gravado com o nome dela. Quando Roger manuseia o controle, podemos observar que Sarah assume uma reação mecânica, ela fica parada na escadaria como um robô. Ao apertar um dos botões, os seios de Sarah aumentam de tamanho, conforme pode ser visto a partir dos fotogramas da Figura 27. Observemos o formato do controle remoto, que remete simbolicamente ao formato fático: visto que esse objeto é utilizado justamente para dominar as mulheres do filme, não podemos deixar de relacionar essa semelhança com o que postula Saffioti (1987) sobre vivermos em uma sociedade *falocêntrica*.

Figura 27 – Controle remoto de Stepford



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁵⁴

Com o decorrer do filme, o espectador recebe indícios de que o segredo de Stepford é que as mulheres foram todas robotizadas pelos seus maridos, que as controlam, como mostramos na Figura 27, por controles remotos e as modificam de acordo com sua vontade. As esposas são robôs, escravas que satisfazem seus prazeres sexuais, cuidam incessantemente das tarefas da casa e dos filhos e nunca discordam ou se indispõem com seus maridos. Elas não têm escolha, não esboçam nenhum sentimento além da alegria alienada. Portanto, para os homens de Stepford, os atributos de uma mulher-esposa perfeita são submissão, docilidade, corpo dentro dos padrões de beleza e nenhuma capacidade para o pensamento crítico.

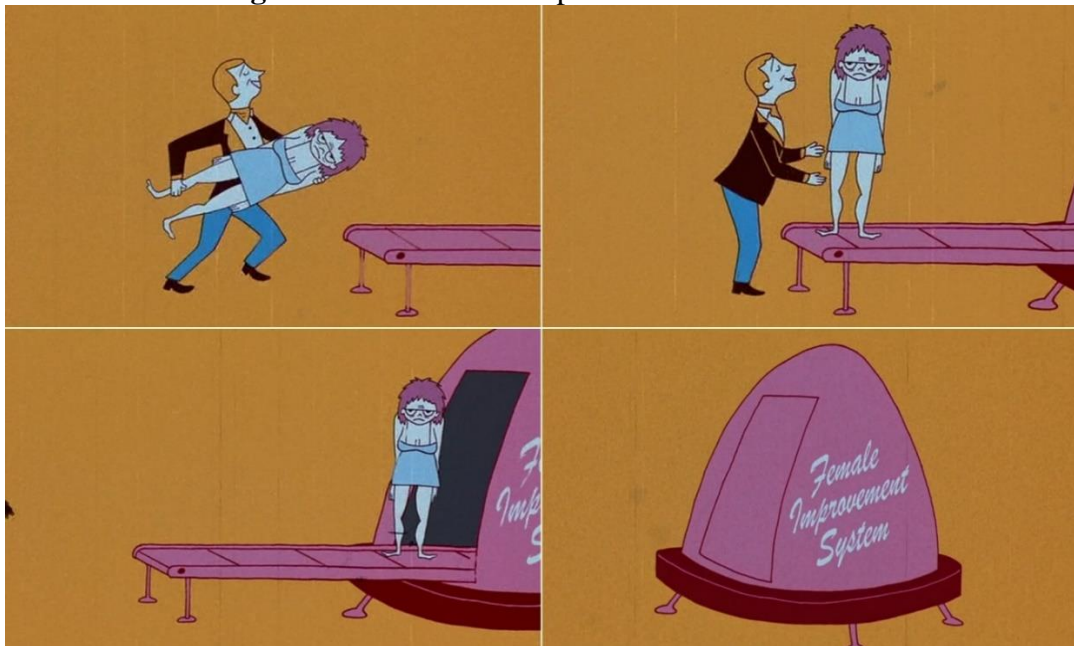
O filme reflete e refrata (em crítica) a misoginia, mas de forma acentuada, visto se tratar de uma ficção, mas que pode nos servir de reflexão sobre a forma com que homens tratam as mulheres em nossa sociedade há séculos. Como nos afirma Tiburi (2019, p. 47), “[...] a misoginia é uma espécie de ódio histórico às mulheres, que acontece no mundo patriarcal em momentos diferentes da história”. Pensemos como são diversos os mitos em que as mulheres aparecem como vilãs e traidoras, responsáveis por condenar toda a humanidade, como é o caso de Eva, que por sua desobediência causa a expulsão da raça humana do Paraíso, e Pandora, que por sua curiosidade (feminina), abre a caixa que liberta todos os males do mundo.

⁵⁴ Sequência disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente 00:34:58, 00:34:59, 00:35:00 e 00:35:01.

No filme, o processo de *stepfordização* das esposas parece ser arquitetado e comandado pelo personagem Mike (interpretado por Christopher Walken), com a total concordância dos maridos, que inclusive o veneram. Após desconfiar que havia algo de errado com as mulheres da cidade, Joanna faz uma pesquisa e descobre que todas elas eram executivas de grandes empresas, juízas, todas com carreiras promissoras e independentes financeiramente, assim como a própria Joanna. Quando ela descobre a verdade, Mike exibe um vídeo explicativo sobre o funcionamento do *Sistema de Aprimoramento Feminino (Female Improvement System)*, criado para transformar Stepford no Paraíso dos homens. Nesse momento, Joanna está na sede da *Associação de Homens de Stepford*, um lugar em que os homens se reúnem diariamente, e também onde ocorre a transformação das esposas.

Os fotogramas da Figura 28 foram feitos a partir do vídeo exibido por Mike, que explica que o conteúdo foi produzido com a intenção de divulgar globalmente o projeto em momento oportuno. Em uma animação, um homem segura sua esposa, como se segurasse um objeto, e a coloca em uma esteira. A mulher é conduzida para dentro de um equipamento rosa, que tem formato de forno, em que é possível ler “Sistema de Aprimoramento Feminino”. O equipamento se fecha e a mulher desaparece dentro do mesmo. Optamos por transcrever a narração de Mike durante a apresentação do vídeo.

Figura 28 – Sistema de Aprimoramento feminino



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁵⁵

⁵⁵ Sequência disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente 01:05:39, 01:05:40, 01:05:41 e 01:05:43.

Mike: - Primeiro, pegamos uma mulher deprimida e insatisfeita. Então, em uma experiência bastante íntima entre marido e mulher, ele a coloca gentilmente no Sistema de Aprimoramento Feminino (*Female Improvement System*), totalmente automático. E aí, *abracadabra!* Começa a transformação. Primeiro, localizamos o cérebro e inserimos alguns nano chips. Então, programamos. Também colocamos alguns ingredientes especiais secretos: açúcar, tempero, tudo de bom! Para evitar acidentes, o marido se mantém a uma distância segura. Segurança acima de tudo! Finalmente, nós a otimizamos para que se ajuste as especificações de esposa de Stepford ideais. E... pronto! Tudo fica padronizado. Bem-vindo ao futuro. Stepford: ela vai amar! (OZ, 2004, 01:05:29 – 01:06:42).

De acordo com Mike, narrador do vídeo, a mulher que ainda não passou pelo *Sistema de Aprimoramento Feminino* é “deprimida e insatisfeita”. Pela Figura 28, podemos ver que essa mesma mulher é representada com uma expressão dura, cabelos desganhados e curtos, seios caídos e postura corporal desleixada. A partir dessa representação, podemos pensar no dualismo comumente feito entre feminino e feminista, como se fossem necessariamente opostos e se anulassem, com o intuito de afirmar como verdade absoluta (verdade *pravda*, segundo Bakhtin [2017]) que a mulher feminista não possui característica de feminilidade, assim como a mulher feminina não pode nunca ser feminista.

A transformação de mulheres para o padrão Stepford inclui uma reprogramação cerebral, com nano *chips*. Além da lavagem cerebral, alguns ingredientes “secretos” são adicionados, como açúcar (para conferir doçura, simpatia, meiguice), tempero (relaciona-se ao sexo, para que a mulher não seja “sem-graça”) e “tudo de bom” para o homens. Mike, em tom de aviso, alerta que o processo deve ser feito pelo marido a uma distância segura, para que esse não se machuque, mas não se importando com a segurança da mulher.

Figura 29 – Resultado após ação do Sistema de Aprimoramento Feminino

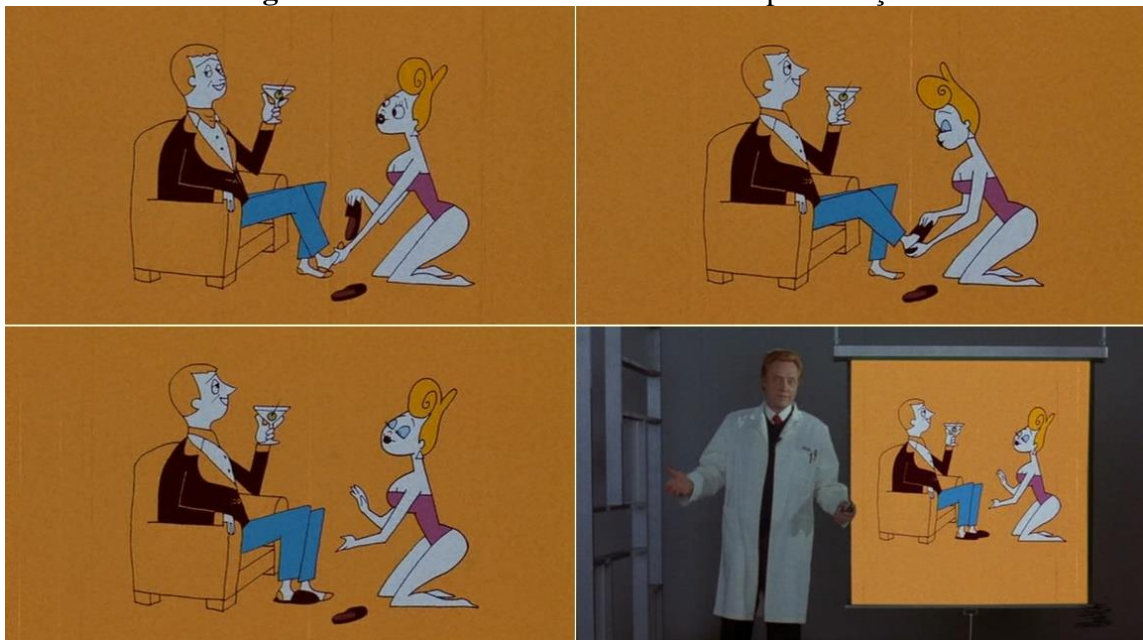


Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁵⁶

⁵⁶ Sequência disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente 01:06:20, 01:06:21, 01:06:23 e 01:06:25.

Como em um passe de mágica (Mike inclusive menciona “*abracadabra!*”, palavra cabalística geralmente utilizada para se referir a magia), a mulher deprimida e indesejada é transformada em uma mulher sensual e curvilínea, uma *pin-up*⁵⁷ loira e com os cabelos elegantemente penteados, que veste um maiô que revela seu corpo. Ela sai do equipamento com uma bandeja e um *drink* em uma das mãos, enquanto segura um par de calçados masculinos na outra. Seu andar é sensual, assim como sua expressão, enfatizada pelos lábios carnudos e semiabertos. Ela se dirige ao marido, que está sentado em uma poltrona, lhe oferece o *drink* e calça seus sapatos, ajoelhada a seus pés, em posição de total submissão (Figura 30). Em sua narração, Mike tenta conferir ao processo de *stepfordização* uma cientificidade ao falar de chips, programação, além de vestir um jaleco durante a apresentação.

Figura 30 - Mike exhibe o vídeo sobre Stepfordização



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁵⁸

Após a apresentação do vídeo, Walter parece decidido a submeter Joanna ao *Sistema de Aprimoramento Feminino*. Eles se dirigem até o laboratório secreto, que fica no subsolo da *Associação de Homens de Stepford*, mas a transformação não é mostrada. Há um corte na cena, que dirige o espectador para o interior de um supermercado, onde as mulheres fazem suas compras sorrindo, ao som de uma música instrumental que remete aos contos de fadas da Disney. Os tons dessa cena são claros, pastéis, assim como as roupas das personagens. Então, temos o momento em que Joanna aparece robotizada. Enquanto ela empurra seu carrinho de

⁵⁷ Designação em inglês para se referir às modelos que ilustravam cartazes do século 19. As *pin-ups* são representadas sensualmente, ainda que com feições ingênuas, sua postura corporal é sempre provocativa.

⁵⁸ Sequência disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente 01:06:33, 01:06:34, 01:06:35 e 01:06:37.

compras, percebemos que seus movimentos passaram a ser rígidos como os de uma boneca, o tom de seu cabelo mudou para o loiro, ela usa salto alto e vestido que realça sua cintura e revela o corpo magro. Sua expressão demonstra plenitude e alienação, características que nos aludem a boneca Barbie, conforme pode ser visto na Figura 31.

Figura 31 – Joanna após processo de Stepfordização



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁵⁹

Na realidade, quase nas cenas finais do filme, o espectador é surpreendido ao saber que a *stepfordização* não aconteceu porque Joanna e Walter haviam feito um combinado para salvar as mulheres de Stepford. Durante um baile em homenagem ao casal, Walter vai até o laboratório às escondidas e começa o processo de “nano reversão”, que apaga os dados com o padrão Stepford e os nano chips implantados nos cérebros das esposas. Os controles param de funcionar, as mulheres se revoltam contra seus maridos e quebram os objetos, em sinal do fim da submissão – uma atitude de ruptura ocasionada pela ação das forças centrífugas, que não aceitaram se resignar a oficialidade de Stepford (Figura 32).

⁵⁹ Sequência disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente 01:11:22, 01:11:23, 01:11:25 e 01:11:28.

Figura 32 – Mulheres quebram os controles remotos

Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁶⁰

Após a revolta das mulheres, Mike tenta controlar a situação, mas acaba sendo atingido na cabeça por Joanna. Nesse momento, temos o clímax do filme, pois descobrimos que Mike também é um robô, um esposo de Stepford. Quem havia arquitetado todo o plano de padronização das mulheres e da cidade havia sido Claire, a síndica e esposa de Mike. Portanto, todo o plano de objetificação e submissão contra as mulheres fora arquitetado por uma mulher, o que nos leva a refletir sobre o que apontam Heleieth Saffioti (1998) e Djamila Ribeiro (2019) sobre a heterogeneidade existente mesmo no interior de uma classe social.

Figura 33 – Claire segura a cabeça do robô Mike

Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)⁶¹

⁶⁰ Sequência disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente 01:18:46, 01:18:47 e 01:18:48.

⁶¹ Captura de tela disponível em *Mulheres Perfeitas* (2004), em 01:25:10.

O lugar social não determina uma consciência discursiva sobre esse lugar. Porém, o lugar que ocupamos socialmente nos faz ter experiências distintas e outras perspectivas. A teoria do ponto de vista feminista e lugar de fala nos faz refutar uma visão universal de mulher e de negritude, e outras identidades, assim como faz com que homens brancos, que se pensam universais, se racializem, entendam o que significa ser branco como metáfora do poder (RIBEIRO, 2019, p. 69).

As considerações de Ribeiro (2019) nos ajudam a compreender o porquê é possível que uma mulher seja machista e tenha posicionamentos que incentivem a manutenção do patriarcado. Claire, uma mulher, branca e rica, motivada por um pensamento conservador e romântico, afirma que seu desejo era viver em “um mundo de romance e beleza, de *smokings* e *chiffon*. Um mundo perfeito. Eu só queria transformar vocês, todas vocês, em mulheres perfeitas! ”. Assim, submete outras mulheres, de sua mesma posição econômica e social, para que seu sonho romantizado possa ser realizado, sem perceber a incoerência social de seus atos.

Entendemos que a reflexão provocada pelo filme não deve ser deslocada da vida real, do solo social e, justamente por isso, podemos pensar em movimentos antifeministas compostos por mulheres que, assim como a personagem Claire, se pautam na submissão ao marido e no retorno dos valores dos anos 50. Esse movimento é conhecido como *Tradwife Movement*, ou seja, *Movimento de Esposas Tradicionais*⁶². As esposas tradicionais, conhecidas por *Tradwives*⁶³, desejam viver aos moldes dos anos 40 e 50 e afirmam que nasceram para cuidar do lar e para a maternidade. Com isso, retomam discursos religiosos que se valem da biologia como explicação máxima sobre o papel da mulher na sociedade patriarcal, apenas como reprodutora. Os estudos de Beauvoir (2009a, 2009b) refutam esse posicionamento conservador ao trazer evidências de como o papel de “segundo sexo” é imputado à mulher, em uma construção social que inferioriza o gênero.

Não é possível afirmar uma data exata do início do Movimento *Tradwife*, mas a partir de nossas pesquisas na internet, conseguimos observar que ele ganhou maior visibilidade entre 2019 e 2020, a partir de diversas reportagens e vídeos. Uma *tradwife* exponencial é Alena Kate Pettitt, idealizadora do site *The Darling Academy*⁶⁴ e escritora de livros sobre casamento tradicional e boas maneiras. Alena tem 21 mil seguidores em sua conta no *Instagram*, mais de 6 mil inscritos em seu canal do *YouTube*, além de administrar um grupo privado no *Facebook*.

⁶² Consultar capítulo *Barbies Perfeitas: o antifeminismo contemporâneo* (no prelo), no E-book Série Trilhas Linguísticas, do selo Cultura Acadêmica (Editora Unesp), escrito pela autora e orientadora da presente pesquisa.

⁶³ “*Trad*” é uma abreviação da palavra inglesa *traditional*, que em tradução para o Português significa tradicional. A palavra *wife* significa esposa e tem plural irregular na Língua Inglesa: *wives*.

⁶⁴ O site está ativo desde 2016, no endereço <<https://www.thedarlingacademy.com/>>. Acesso em 28 ago. 2020.

Esses números demonstram que o movimento tem ganhado adeptas ao redor do mundo. De acordo com Alena, em matéria de seu site,

O lugar de uma mulher tradicional não é aos pés de um homem, mas debaixo de suas asas, ao seu lado. Uma esposa tradicional *escolhe* seu marido baseada nas habilidades dele de cuidar das pessoas, sustentar os filhos e, mais importante, na *integridade e valores*. Bons e salutares valores! Assim sendo, ela é esperta por escolher um parceiro em quem confiar⁶⁵ [...] (PETTIT, 2020, online, grifos da autora).

A partir do discurso de Alena, sujeito que se coloca como porta-voz do movimento, percebemos que as esposas tradicionais se pautam no direito de escolha como justificativa para sua submissão. Contudo, ao nos debruçarmos aos estudos feministas que refutam a visão de gênero como biológico, colocamos em questionamentos se essa voz emotivo-volitiva, que afirma ter nascido para ser uma *tradwife* e estar sob proteção de um homem, é realmente a voz dessas mulheres ou uma reverberação da voz do patriarcado, afinal “a história mostrou-nos que os homens sempre detiveram todos os poderes concretos; desde os primeiros tempos do patriarcado, julgaram útil manter a mulher em estado de dependência; seus códigos estabeleceram-se contra ela; e assim foi que ela se constituiu concretamente como Outro” (BEAUVOIR, 2009a, p. 179).

Precisamos trazer à discussão o fato de que nem todas as mulheres podem optar por não trabalhar. Isso se torna ainda mais evidente quando analisamos a situação de um país desigual como o nosso, em que 45% das mulheres brasileiras são chefes de família, de acordo com pesquisa⁶⁶ feita pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), com dados de 2018. Já expusemos que cada sujeito assumirá uma avaliação, um ponto de vista sobre o mundo a partir de sua classe social e de seu lugar de fala, e é por meio da linguagem, produto da vida social, que seus posicionamentos serão refletidos (VOLÓCHINOV, 2019). Assim como a Barbie Fascista é uma representação de mulheres de uma classe socioeconômica alta, Alena e as *tradwives* enunciam e se afirmam como esposas tradicionais a partir de sua classe privilegiada.

Ainda na descrição sobre o que é ser *tradwife*, Alena afirma que “integridade e valores” são imprescindíveis em um marido, e adjetiva a mulher que consegue escolher um parceiro com

⁶⁵ No original: “A traditional woman’s place is not *under* a man’s feet, but under his wing, by his side. A traditional housewife chooses her husband based on his ability to care for people, provide for their children, and most importantly upon his integrity and values. Good wholesome values! In this, she is smart in choosing a mate she can trust, and give over/submit certain responsibilities to him in order for them to have a clear division of emotional, administration, and physical labour in the home”. Tradução nossa.

⁶⁶ Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2020/02/16/internas_economia,1122167/quase-metade-dos-lares-brasileiros-sao-sustentados-por-mulheres.shtml>. Acesso em: 29 ago. 2020.

essas características como “esperta”. Vemos aqui uma aproximação dos discursos conservadores que remetem ao “cidadão de bem” no Brasil, que sempre fazem menção aos valores, à moral e bons costumes. Nesse mesmo trecho, Alena enfatiza que a mulher deve estar protegida pelo seu marido, afirmação que podemos encontrar em muitas de suas publicações e declarações. Esse enunciado transmite, de maneira implícita, que ela considera as mulheres (inclusive ela própria) são mais frágeis e que precisam, assim como as princesas da *Disney*, serem salvas por um homem.

Em seu site, *The Darling Academy*, Alena publicou o artigo *The New Stepford: I’m proud to be a traditional housewife*, em que assume ter orgulho de ser uma *tradwife*. O título do artigo nos chama a atenção por fazer referência ao filme *Mulheres Perfeitas* (2004) e à cidade fictícia de Stepford. Pelo sucesso do livro de Ira Levin (1972) e, posteriormente com os dois filmes feitos a partir da obra (1975 e 2004), Stepford passou a ser usado como adjetivo, frequentemente com significação depreciativa, para designar mulheres como alienadas, robotizadas, que vivem em um mundo paralelo de perfeição (assim como Barbie vive em um mundo *pink*, de *glamour*).

Figura 34 - A nova Stepford
The New Stepford: I’m proud to be a traditional housewife

ALENA KATE PETTITT



Fonte: *The Darling Academy*⁶⁷

No entanto, Alena usa o adjetivo Stepford de modo a ressignificá-lo, valorando-o positivamente em seu texto. Na Figura 34, vemos a imagem de chamada do artigo, em destaque.

⁶⁷ Disponível em: <<https://www.thedarlingacademy.com/articles/why-im-proud-to-be-a-traditional-housewife-trad-wife/>>. Acesso em: 28 ago. 2020.

Trata-se de uma fotografia do casamento de Alena, em que seu marido aparece à frente e ela apoia o rosto em seus ombros, abraçando-o pelas costas. Ao associarmos a foto com os discursos da *tradwife*, compreendemos que é feita uma associação da figura masculina com o sentimento de proteção, de segurança. Além disso, Alena concorda com afirmações muito difundidas pelo senso comum, como “Por trás de um grande homem sempre há uma grande mulher”. Já discutimos essa questão em nosso capítulo de contexto, e utilizamos como exemplos Marcela Temer e Michelle Bolsonaro, que nos ajudam a perceber como o conservadorismo reserva apenas um papel secundário à mulher, como companheira de seu homem, como “mulher dos bastidores”, “bela, recatada e do lar”.

Eu sou feliz em *servir* meu marido se esse é o ofício! [...] Não é que eu seja uma Esposa de Stepford acéfala completamente dependente do marido para tomar cada decisão por ela. Comandar um lar, e comandá-lo bem, exige cérebro e determinação, isso sem mencionar comprometimento! Alguns dias eu apenas não limpo os banheiros, mas se eu não o faço, eu sofro também⁶⁸ (PETTITT, 2020, online).

Ao longo do artigo, Alena cita seus motivos para ter escolhido a vida de *tradwife* e argumenta sua visão sobre o feminismo. No excerto acima, Alena admite servir seu marido e destaca o verbo servir em itálico no texto, com o intuito de criticar aqueles que julgam como errado a mulher servir ao homem (pela leitura do texto, vemos que a oposição entre feminismo e *tradwives* é marcada discursivamente). Ao refutar a ideia de que ela e as outras *tradwives* são parecidas com as mulheres robotizadas de Stepford, Alena afirma que cuidar da casa “exige cérebro”, ou seja, em sua opinião, o trabalho doméstico não deveria ser encarado como um ofício menor, visto que exige um grau de intelectualidade e comprometimento igual ao de outros ofícios. Por isso, o artigo é intitulado como “A nova Stepford”, porque Alena sugere que o movimento *Tradwife* ressignifica a submissão aos maridos e o retorno das mulheres ao lar. O tom de seu enunciado, de quem afirma com convicção e propriedade no assunto, é evidenciado pelo uso do ponto de exclamação no enunciado.

Contudo, Alena afirma na última frase do excerto: “Alguns dias eu apenas não limpo os banheiros, mas se eu não o faço, eu sofro também”. Não lavar os banheiros é motivo de sofrimento para Alena, o que para outros sujeitos, com problemas sociais sérios, como fome e pobreza, isso pode ser compreendido como um *White People Problems* (“Problemas de Pessoa

⁶⁸ No original: “I’m happy to *serve* my husband if that’s the trade! [...] It’s not as if I am some brain-dead Stepford Wife who is thoroughly dependent on her husband to make every decision for her. Running a home, and running a home *well* takes brains, and determination, not to mention commitment! Some days I just don’t want to clean the toilets, but if I don’t, I suffer too”. Tradução nossa.

Branca”), ou seja, algo que é visto como fútil, um drama desnecessário. Em nosso *corpus* principal, a Barbie Fascista aparece frequentemente se queixando de problemas que também são encarados como *White People Problems*, como quando enuncia que “O PT acabou com a minha vida” (Figura 2), mesmo que sua aparência e suas roupas não demonstrem dificuldade financeira.

A figura de Alena ficou ainda mais conhecida a partir do documentário produzido pela BBC, intitulado *Submitting to my husband like it's 1959: why I became a tradwife*⁶⁹ (em português, “Submetendo-me ao meu marido como se fosse 1959: por que me tornei uma tradwife”). O vídeo foi postado pelo canal *BBC Stories*, do Reino Unido, em 17 de janeiro de 2020, e mostra como é a rotina de Alena enquanto esposa tradicional. Após a divulgação do documentário, ela também participou de diversos outros programas de televisão britânicos para conceder entrevistas, o que ampliou a visibilidade do movimento na internet. Analisaremos trechos do documentário da BBC por meio de fotogramas e transcrição de algumas das declarações de Alena, com o intuito de compreender as axiologias do movimento e suas relações dialógicas.

Figura 35 – Abertura do vídeo BBC



Fonte: *Submitting to my husband like it's 1959* (2020)⁷⁰

⁶⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZwT-zYo4-OM&ab_channel=BBCStories>. Acesso em: 28 ago. 2020>.

⁷⁰ Sequência disponível em *Submitting to my husband like it's 1959* (2020), respectivamente 00:00, 00:01, 00:02 e 00:04.

A abertura do vídeo é marcada por uma música alegre, em ritmo das músicas dos anos 50, assim como a abertura do filme *Mulheres Perfeitas*. O movimento da câmera no início do documentário faz com que o espectador se sinta em cena, como se estivéssemos no local da gravação. No primeiro fotograma da Figura 35, a câmera enquadra um vaso de flores e um quadro com a bandeira britânica emoldurada. Sobreposta à bandeira, é possível ler “*Truly great*” (em português, “Realmente grandioso”), em caixa alta e em letras brancas. Na sequência, os fotogramas 2 e 3 mostram Alena ao caminhar por sua casa, ajustando equipamentos de vídeo e objetos domésticos. Vemos, no quarto fotograma, a câmera de Alena em primeiro plano; ao fundo podemos vê-la, apesar da imagem estar desfocada, atrás de uma tábua de passar roupas e com um ferro elétrico em mãos.

A bandeira que aparece no primeiro fotograma da Figura 35 não é apenas um objeto de decoração, mas reflete e refrata o nacionalismo envolvido no movimento *Tradwife*. O quadro demonstra que Alena sente orgulho em ser britânica, o que ela afirma em seu site por meio de textos e publicação de diversas imagens com a bandeira ou, ainda, com a família real. Sabemos que movimentos e governos ultraconservadores tendem a expressar uma ideologia ufanista, com nacionalismo exacerbado e, até mesmo, a crença na supremacia, como foi o caso do nazismo de Hitler. Também podemos citar como exemplo o Brasil durante as eleições 2018 e durante o governo Bolsonaro, em que vimos a bandeira nacional e a camisa verde e amarela da seleção de futebol serem transformados em signos ideológicos (PAULA; OLIVEIRA, 2020), ao semiotizarem as axiologias dos apoiadores bolsonaristas/anti-petistas.

Figura 36 – Por que me tornei uma #Tradwife?



Fonte: *Submitting to my husband like it's 1959* (2020)⁷¹

Ainda como parte da abertura do vídeo (Figura 36), Alena se apresenta como se estivesse gravando um vídeo para seu próprio canal do *YouTube*, o *The Darling Academy*. A predominância de tons pastéis no enunciado, a alta luminosidade proporcionada pela luz do dia,

⁷¹ Sequência disponível em *Submitting to my husband like it's 1959* (2020), respectivamente 00:09, 00:11 e 00:13.

além do cenário escolhido para a gravação ser predominantemente o interior da casa de Alena, são fatores que demonstram o projeto de dizer arquitetônico da emissora BBC e sua visão acerca do movimento *Tradwife*. Alguns elementos nos ajudam a compreender como o documentário foi produzido de modo a remeter certa casualidade, simplicidade, como o enfoque na camisa masculina cor de rosa (que combina com a tonalidade do cenário) e a tábua de passar florida.

O documentário acompanha Alena em algumas tarefas domésticas, enquanto ela lava roupas e vai ao mercado às compras. A *tradwife* explica que ela é a responsável por escolher o que a família come, onde são feitas as compras e quanto é gasto, e que ela recebe uma “mesada” para que não tenha que pedir dinheiro ao marido com frequência. Essa declaração de Alena dialoga com a condição vivida pelas mulheres dos anos 50, totalmente dependentes da renda do marido. Trazemos para o diálogo algumas considerações de Studart (1978) sobre o trabalho de esposa e mãe das mulheres que se dedicam ao lar:

No entanto, é duro negar o quanto é duro o emprego de esposa. É um emprego sem férias, sem licença-prêmio, nem aposentadoria. O pagamento do trabalho é muito direto e não se faz de maneira abstrata, usada nas repartições e escritórios. O marido põe, diretamente, o dinheiro na mão de sua devotada servidora e não é raro que lhe diga: você já comprou meia-dúzia, de calcinhas no mês passado, cuidado! Alguns maridos chegam a admitir – com sorrisos protetores – que a mulher, transformada humilantemente em ladra, lhes surrupia dinheiro dos bolsos. Outros se comportam como autênticos gerentes exigentes (STUDART, 1987, p. 15).

Alena relata no documentário que várias pessoas comentam em suas redes que o movimento *Tradwife* foi criado pelo Nazismo. Ela refuta essa afirmação, mas podemos compreender que a associação é feita pela relação dialógica existente entre o movimento atual e o de esposas do III Reich, visto que ambos compartilham de ideologias conservadoras. A proposta nazista para as mulheres se baseava nos três Ks: *Kinder, Küche, Kirche*, ou seja, Crianças, Igreja, Cozinha, os três princípios indispensáveis a serem seguidos pelas mulheres de bem. O estado nazista, logo em 1933, dispensou todas as mulheres de suas funções e prontamente as substituiu pela mão de obra masculina. O estudo foi dificultado para todas as faixas etárias de mulheres, visto que foram reduzidas a sua função de “fêmea da espécie” e porque, conforme aponta Studart, “[...] numa ditadura de *führers* é importante que as mulheres não pensem” (STUDART, 1978, p. 36).

Figura 37 – Movimento *Tradwife* e ligação com nazismo



Fonte: *Submitting to my husband like it's 1959* (2020)⁷²

O fotograma 1 da Figura 37 mostra Alena em frente a um computador, lendo mensagens de seus seguidores e contestando a ligação do movimento *Tradwife* ao Nazismo. Logo em seguida, o documentário apresenta fotos do ditador Adolf Hitler ao fazer a saudação nazista (fotograma 2) e de mulheres apoiadoras que reproduzem o movimento, em sinal de apoio (fotograma 3).

Hitler teve total e unânime apoio das mulheres, na edificação do III Reich. E ele achava que a mulher não devia passar de procriadora, de mãe de soldados. Esse ainda é o ideal secreto de muitas sociedades reacionárias. E a cumplicidade que inúmeras mulheres revelam diante desse programa demonstra o medo que elas têm da liberdade. Pois toda a liberdade traz o risco da responsabilidade e da atuação (STUDART, 1984, p. 23).

Os movimentos sociais refletem e refratam as tendências da sociedade, ou seja, as ideologias de cada grupo social em determinado horizonte ideológico (MEDVIÉDEV, 2016). Ainda que o movimento *Tradwife* não esteja ligado diretamente ao Nazismo, é inegável a existência de semelhanças entre ambos com relação ao papel das mulheres, como a visão biológica, o mito da maternidade e a submissão à figura masculina, para citar algumas. Isso pode ser explicado pela dialética-dialógica da vida, que tudo atualiza e dialoga (BAKHTIN, 2011). É por meio da linguagem que os sujeitos se colocam no mundo, pela interação com o outro e por seus atos responsivos e responsáveis.

Existem avaliações mais estáveis e profundas que são determinadas pela situação econômica de uma classe em dada época de sua existência. É como se formulassem, nessas avaliações, as grandes tarefas históricas de uma época inteira da vida de um dado grupo social. Outras avaliações estão relacionadas aos fenômenos mais próximos e de curta duração da vida social e, finalmente, com o tema do dia, da hora, do instante. Todas essas avaliações penetram-se mutuamente e estão ligadas de forma

⁷² Sequência disponível em *Submitting to my husband like it's 1959* (2020), respectivamente 01:43, 01:44 e 01:46.

dialética. A tarefa da época transforma-se em uma tarefa de cada dia ou até de uma hora. A avaliação social reúne a minuta da época e o assunto do dia com a tarefa da história. Ela determina a fisionomia histórica de casa feito e de cada enunciado, sua fisionomia de indivíduo, de classe e de época (MEDVIÉDEV, 2016, p. 185).

Ao longo do documentário, Alena tece suas avaliações sobre o movimento feminista, opondo-o à feminilidade e, por consequência, ao movimento *Tradwife*. O distanciamento entre *tradwives* e feministas pode ser observado em seu discurso pela menção de pronomes, que evidenciam a ideia do “nós” e “elas”, como no trecho a seguir:

O que eu quero dizer é que existem graus distintos de feministas. Existem *aquelas* que parecem pensar que nossa decisão de ficar em casa de algum modo *as* impacta, e que estamos jogando fora o fato de que *elas* lutaram por igualdade no mercado de trabalho. Minha visão do feminismo é que é sobre escolhas e dizer que por um lado “você pode sair para o mundo do trabalho e competir com os homens”, contudo “você não pode ficar em casa” é, na realidade, a privação de uma escolha⁷³ (SUBMITTING, 2020, online, grifos da autora).

Novamente, Alena menciona o direito de escolher ser uma *tradwife*, e considera o feminismo um empecilho nessa escolha, como se as feministas privassem outras mulheres de escolher ficar em casa. Contudo, sabemos que o feminismo almeja a igualdade entre gêneros e se opõe a manutenção do machismo e do patriarcado. Nesse trecho, a menção à luta por igualdade no mercado de trabalho nos faz pensar nos argumentos utilizados nos anos 40 e 50, quando a mulher estadunidense teve direito de sair do lar apenas para “ajudar” a pátria e seus maridos durante a guerra, sendo que imediatamente depois foram dispensadas e convencidas de que pertenciam ao lar. Em momentos em que o desemprego se intensifica, pode-se observar que o argumento de que as mulheres competem com os homens é mais propagado, de modo a privilegiar a garantia do trabalho masculino, principalmente pelo argumento da força física.

Ninguém ignora que o estado doméstico das mulheres é um fenômeno originário dos problemas do mercado de trabalho. O mercado de trabalho não tem lugar para todos os homens. Um grande número deles vegeta em subempregos. Outros se encontram desempregados. Dentro desse quadro, o sistema prefere deixar as mulheres fora da competição econômica. Elas devem continuar em ocupações não produtivas. Se aparecer um fenômeno social que

⁷³ O trecho pode ser conferido em 00:04:54, até 00:05:31. No original: “I mean you get all different varying degrees of feminists. You get the ones that seem to think that our decision to stay home is somehow impacting upon them, and that we’re throwing it back in their face that they fought for equality in the workplace. My view of feminism is that it’s about choices and to say on the one hand “you can go into the working world and compete with men” yet you’re not allowed to stay at home that’s actually taking a choice away”. Tradução nossa.

lhes torne o trabalho necessário, haverá uma convocação rápida (STUDART, 1984, p. 13).

Ao final do documentário, Alena conclui suas considerações sobre ser uma *tradwife* com a seguinte afirmação: “Eu acredito que a questão sobre ser uma esposa tradicional é que você investe em seu marido e investe em sua família, inspirando-os a serem as melhores pessoas que consigam. Portanto, é algo muito *altruísta* a se fazer. Eu diria que *o oposto disso seria alguém inerentemente egoísta*⁷⁴”. Assim, como a maioria de seus discursos são marcados pela oposição entre *tradwives* e feministas, como exemplificamos ao longo de nossa análise, ainda que Alena não mencione diretamente o feminismo nesse enunciado, compreendemos que ela o classifica como um movimento egoísta, em que a mulher pensa apenas em si própria. Por outro lado, em sua opinião, as *tradwives* são altruístas e investem em sua família, ou seja, dedicam-se de todas as maneiras e, ainda, servem como inspiração por seu comprometimento.

O movimento *Tradwife* é permeado pelo saudosismo e idealização dos anos 1940, 1950 e 1960, ignorando os problemas da época ao criar uma imagem de família e de relação conjugal perfeita, como a retratada em filmes e contos de fada – assim como em *Stepford*. Com as análises aqui apresentadas, (o filme *Mulheres Perfeitas*, artigos escritos por Alena Pettitt e documentário produzido pela *BBC*), foi possível perceber recorrências que se atrelam aos valores clássicos/conservadores: cores pastéis (com predominância dos tons de rosa), figurinos com roupas mais comportadas e consideradas femininas, representação das mulheres em posição submissa ao homem e com expressões faciais amenas e sorridentes. O feminismo, contudo, é representado como valor contrário e é frequentemente associado às cores pretas, expressões faciais e corporais firmes, duras, que expressam resistência, além da atribuição de adjetivos com entonação negativa.

O que expusemos nos auxilia a perceber como é natural para a sociedade delimitar à mulher lugares e papéis. Assim, analisar enunciados voltados a essa temática nos possibilita perceber como cada grupo social, em diferentes temporalidades, percebe o que é ser mulher. Retomaremos algumas das considerações até aqui pontuadas em nosso capítulo de análise, ao nos debruçarmos sobre os memes em que a Barbie Fascista enuncia sobre o feminismo.

⁷⁴ O trecho pode ser conferido em 00:05:50, até 00:06:04. No original: “I think the whole thing about a tradwife is you invest in your husband and you invest in your family, and you inspire them to be the best people that they can. So it’s a very selfless thing to do. I would say the opposite of that is someone who is inherently selfish”. Tradução nossa.

2 LIFE IN PLASTIC, IT'S FANTASTIC!⁷⁵: Percursos metodológicos

“Certamente, o método deve adaptar-se ao objeto. Porém, por outro lado, sem um método determinado é impossível aproximar-se de um objeto. É necessário saber isolar o próprio objeto de estudo e identificar, corretamente, suas peculiaridades específicas essenciais” (MEDVIÉDEV, 2016, p. 133). Motivados por essas palavras e pelas obras do Círculo, apresentamos nesse capítulo alguns de nossos percursos pelo método bakhtiniano.

Dividimos o capítulo em subitem, sendo que o primeiro, intitulado *A dialética-dialógica nos/dos memes Barbie Fascista*, apresenta nossas considerações sobre o método dialético-dialógico, cunhado por Paula, Figueiredo e Paula (2011). Ao considerar a não existência de uma síntese, como na dialética marxista, visto que nenhum enunciado será o primeiro ou o último sobre determinado tema, compreende-se o infindável fluxo de enunciados e réplicas, por sujeitos que, assim como a linguagem, nunca permanecem inertes.

No segundo subitem, discutimos sobre o cotejo como uma ferramenta metodológica que auxilia o pesquisador das Ciências Humanas a entrelaçar seu objeto às diversas vozes que o compõem, para que seu sentido seja melhor compreendido. Nesse momento, apresentamos ao leitor os enunciados que nos servirão como cotejo, sendo eles o filme *Mulheres Perfeitas* (2004) e um vídeo coletado no *YouTube*, de um canal humorístico. Ressaltamos que o sentido dos memes estabelece uma relação de interdependência com notícias jornalísticas e, assim sendo, utilizaremos como cotejo aquelas que são relacionadas aos memes de nosso corpus para contextualizá-los.

O terceiro subitem apresenta as descrições dos critérios que nos levaram a definir nosso *corpus* principal, que conta com seis memes retirados de duas páginas, *Barbie Fascista* e *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*. Os critérios quantitativos, temporais e temáticos auxiliaram e justificaram nossa escolha.

Por fim, discorreremos no quarto subitem a questão da alteridade, do reconhecimento do outro enquanto instância constitutiva do ser, do olhar exotópico como um exercício empático e necessário para a condução de uma pesquisa nas Ciências Humanas.

⁷⁵ “A vida em plástico é fantástica!”, tradução da autora. Trecho da música *Barbie Girl*, da banda *Aqua* (1997).

2.1 A dialética-dialógica nos/dos memes Barbie Fascista

O percurso metodológico adotado nesta pesquisa é o dialógico, o que significa dizer que assumimos que diversas vozes ajudam a compor nosso objeto – não estamos restritos a refletir somente sobre aquelas que enunciam os memes da Barbie Fascista. Pretéritas, atuais ou vindouras, é justamente esse emaranhado de vozes que nos permite compreender as tensões, os conflitos, as mudanças, a história e a constituição da sociedade em diferentes momentos históricos.

Desse modo, conforme afirma Bakhtin (2011, p. 371), “não pode haver enunciado isolado. Ele sempre pressupõe enunciados que o antecedem e o sucedem. Nenhum enunciado pode ser o primeiro ou o último. Ele é apenas o elo na cadeia e fora dessa cadeia não pode ser estudado”. Enunciados únicos, fios irrepetíveis, ligam-se a outros em uma trama discursiva para concordar ou refutar, em um movimento constante de tessitura de réplicas, com a reverberação de vozes já enunciadas – ecos de vozes sociais.

Assim, traçamos um paralelo sobre a irrepetibilidade do enunciado com a célebre afirmação do filósofo Heráclito de Éfeso, em que afirma que é impossível que um homem se banhe no mesmo rio duas vezes, visto que nem o rio e nem o homem serão os mesmos, pois terão se modificado. Ainda que um enunciado seja repetido *ipsis litteris* pelo mesmo sujeito que o proferiu em determinado momento, haverá aí o surgimento de um novo enunciado, produzido em novas condições, com outras valorações, entonações, por um outro sujeito, também mudado.

A partir dessa reflexão, entendemos ser necessário pensar em uma concepção metodológica que seja não apenas dialógica, mas dialética-dialógica, conforme cunhado por Paula, Figueiredo e Paula (2011). Nessa proposição é feita uma relação entre a dialética marxista e a dialógica bakhtiniana, visto que ambas se assemelham por abordarem sobre a ideologia, a primeira ao refletir acerca das relações sociais entre os indivíduos, a última com enfoque na linguagem e suas manifestações ideológicas (a citar, o signo ideológico). Além disso, o tripé hegeliano também é utilizado na proposta para se pensar o discurso como uma espiral em movimento, constituída por tese, anti-tese e síntese, conceitos que retomaremos aqui.

Segundo Konder (2008), o termo dialética é utilizado desde a Grécia antiga, período em que significava “a arte do diálogo”. É com Heráclito que o sentido do termo fica mais próximo do modo como o compreendemos hoje, que considera a realidade como contraditória e em constante transformação. Contudo, o pensamento do filósofo, visto

como radical, foi mal recebido sobretudo pelas classes dominantes, a quem não interessava a mobilidade dos indivíduos justamente por poder provocar alterações nas estruturas da sociedade e promover, assim, uma reflexão sobre a estratificação e a possibilidade de ascensão.

Assim, é possível observar que desde o início do desenvolvimento do conceito, a dialética está ligada à ideia de movimento, transformação, tal qual a noção de dialogia. Um enunciado não se esgota quando é finalizado, isso porque é fomentado no solo social. Pelo contrário, o enunciado tem a característica de não ficar estagnado em si ou fechado, mas sim aberto a interferências, modificações, complementações: questão da mobilidade inerente à linguagem.

Com efeito, no horizonte ideológico de qualquer época e de qualquer grupo social não existe uma única verdade, mas várias verdades mutuamente contraditórias, não apenas um caminho ideológico, mas vários divergentes. [...] O horizonte ideológico está em constante formação, considerando que o homem não estacou em um atoleiro da vida. Tal é a dialética da vida viva (MEDVIÉDEV, 2016, p. 63).

A dialética marxista, ainda de acordo com Konder (2008), parte do caminho percorrido pela dialética hegeliana, sobretudo do pressuposto de que o trabalho é o fator que impulsiona as mudanças na vida do homem. Juntamente com Engels, Marx conclui ainda que o trabalho aliena o homem, ou seja, cria um distanciamento entre trabalhador e trabalho, ao passo que o sujeito não consegue se reconhecer em suas criações. O marxismo propõe que a desalienação deve ocorrer por meio da superação da estratificação da sociedade, principalmente na capitalista, em que se acentua a luta de classes.

Enquanto isso, a desalienação para Bakhtin e seu Círculo deve ser feita na/pela linguagem, posto que os enunciados abrigam em seu interior as lutas de classe – é na linguagem, por meio da manifestação da ideologia e estabelecimento de signos ideológicos que acontecem as relações políticas, econômicas, sociais, etc. Justamente por isso não é possível se pensar em uma neutralidade na linguagem, pois os sujeitos imprimem nela suas axiologias, marcam com seus discursos a sua participação na sociedade e nos embates sociais.

Se os seres são mutáveis, conseqüentemente essa afirmação também afeta a linguagem. É por meio da linguagem que nos distanciamos decisivamente de outras espécies, que podemos nos estabelecer e afirmar enquanto humanos, seres essencialmente

sociais. Apesar de não discutir sobre a dialética de maneira explícita em seus trabalhos, o Círculo de Bakhtin propõe justamente pensar a linguagem a partir das interações sociais.

Por esse motivo defendemos ser possível estudar os memes da Barbie Fascista por uma perspectiva dialético-dialógica, pois são enunciados criados a partir da vida, sobre política, em que são reveladas visões e ideologias da sociedade brasileira para classes sociais diferentes (e que divergem). Conforme apontam Paula, Figueiredo e Paula (2011, p. 91-92),

O que importa é o movimento, tanto para o Círculo de Bakhtin quanto para Marx. A diferença é que, para Marx, calcado em Hegel (de maneira invertida), o movimento é dialético, pois concebe as relações tese (afirmação), anti-tese (negação da afirmação) e síntese (negação da negação, logo, uma nova afirmação, distinta da primeira) considerando esta última como uma superação do embate travado nas duas anteriores; enquanto que, para o Círculo, o movimento é dialógico (ou dialético-dialógico) porque, apesar de considerar o movimento dialético (com todos os seus elementos: tese, anti-tese e síntese), não admite a síntese como superação, mas como continuação do diálogo travado anteriormente, uma vez que modifica aparentes extremos, ao considerá-los e movimentá-los (a negação da negação é vista como nova afirmação, não totalmente distinta, mas também não homônima à primeira. Ninguém tem razão e nada é superado. Relativiza-se os pontos de vista, que se modificam no jogo dialético-dialógico), logo, a convivência dos opostos tese e anti-tese, que digladiam no discurso por meios das vozes sociais, é o centro da cena, ou seja, a relação eu/outro.

Assim sendo, percebemos que o entendimento da linguagem como dialógica para o Círculo acaba por complementar as ideias da dialética marxista ao pensar no social, no discurso em movimento que nas mais variadas direções se encontra com o discurso do outro. Ao não superar a síntese, entendida na dialética marxista como finalização do embate, a dialética-dialógica bakhtiniana privilegia a questão da alteridade e também do movimento, já que a partir da síntese surgirão novas afirmações, em um contínuo que movimenta o discurso como em uma espiral, sem delimitar seu fim.

Esse inacabamento discursivo, ponto crucial na teoria bakhtiniana, pode ser observado nos memes da Barbie Fascista. Exemplifiquemos: os enunciados meme não possuem um acabamento previsível, depois de postados na rede ficam disponíveis para que os usuários os compartilhem, comentem, utilizem-nos para diversas finalidades. Os memes da Barbie Fascista são essencialmente um exemplo da dialética-dialógica, pois ressignificam embates políticos, são pensados desde o momento de sua publicação na reação e relação com o outro.

Retomemos o tripé hegeliano, que propõe a existência de uma tese (afirmação), uma anti-tese (negação) e de uma síntese (negação da negação, mas aqui compreendida por nós como nova afirmação), para estabelecermos um paralelo com o processo de postagem dos memes da Barbie Fascista. A tese parte de notícias, geralmente que envolvem escândalos sobre o governo de Jair Bolsonaro ou a partir de enunciados que são comumente ditos por bolsonaristas. Há um deslocamento desses enunciados para a esfera midiática do *Facebook*, com o recurso da inversão feito pela ironia, com a postagem dos memes – a anti-tese.

Uma vez postados, os memes provocam as mais diversas e inesgotáveis reações e interações entre os usuários, sendo até mesmo deslocados do Facebook para ganhar outras plataformas e até as conversas cotidianas. Por esse fato, a síntese não fica definida, mas aberta para as mais diversas contribuições dos usuários da rede social, sujeitos envolvidos no infundável movimento do discurso.

2.2 Cotejar para compreender: vozes que reverberam

Até aqui, expusemos a importância da contextualização para situar a pesquisa em sua unicidade e pensá-la em sua máxima dialogia, reflexões essas que nos levam a afirmar que o estudo da linguagem não permite que fiquemos apenas na superfície dos discursos. Pelo contrário, torna-se necessário que mergulhemos na profundidade dos mesmos e tomemos contato com sua amplitude, para compreendê-los de modo mais específico, o que é possível de ser feito por meio do cotejo.

Na aventura de cotejar textos, o pesquisador depara-se com discursos que não esperava encontrar, trazendo à tona vozes que em um primeiro momento não estavam visíveis a olho nu, mas que se revelam ao esmiuçar seu objeto de estudo por meio da teoria (suas lentes) que o embasa.

O aprofundamento do empreendimento interpretativo resulta da ampliação do contexto, fazendo emergirem mais vozes do que aquelas que são evidentes na superfície discursiva. Não para enxergar nestas vozes a fonte do dizer, mas para fazer dialogarem diferentes textos, diferentes vozes. O múltiplo como necessário à compreensão do enunciado, em si único e irrepetível (GERALDI, 2012, p. 29).

É por essa razão que pesquisamos, em diferentes enunciados, de diferentes esferas e temporalidades, bem como em formatos distintos ao dos memes, uma conexão com a

Barbie Fascista, com o intuito de conferir ainda mais sentido ao objeto. Afinal, isso é cotejar: conferir mais significado, clarear tanto para o pesquisador quanto para o leitor os caminhos pelos quais o tema nos convida a percorrer.

No ensaio “A palavra na vida e a palavra na poesia”, Volóchinov (2019) defende a importância da análise do “horizonte extraverbal” do discurso para o não comprometimento de seus sentidos. Isso significa dizer que o extraverbal, ou seja, aquilo que (aparentemente) é externo ao discurso faz parte, na realidade, interna e intrinsecamente ao todo do enunciado.

Desse modo, a situação extraverbal não é em absoluto uma simples causa externa do enunciado, ou seja, ela não age sobre ele a partir do exterior, como uma força mecânica. Não, a situação integra o enunciado como uma parte necessária da sua composição semântica (VOLÓCHINOV, 2019, p. 120).

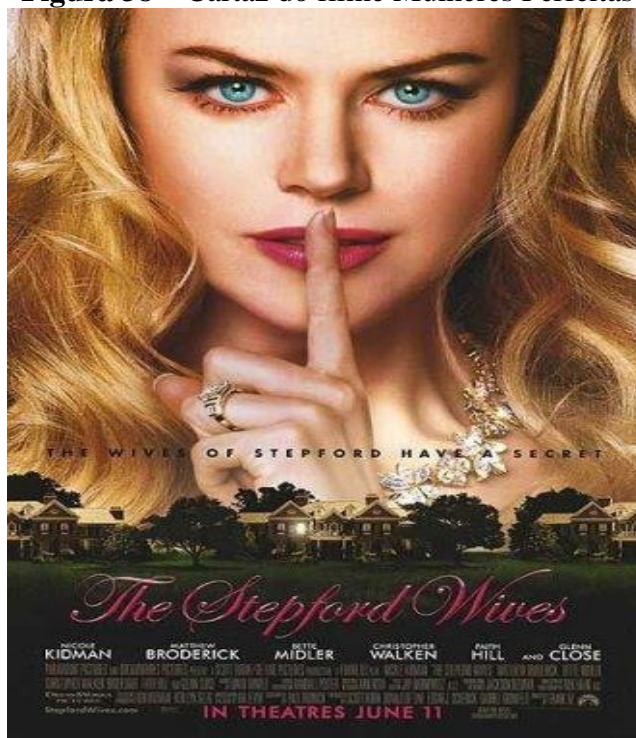
Elegemos como cotejo um enunciado fílmico e três vídeos coletados no *YouTube*. O filme *Mulheres Perfeitas* (2004) conta a história de uma pequena cidade estadunidense em que as mulheres são totalmente submissas aos maridos, isso porque os homens se unem em um plano e fazem uma espécie de lavagem cerebral em todas as mulheres do lugar. Contudo, o ponto alto da trama consiste na revelação de que, na verdade, o plano de produção de esposas perfeitas é liderado por uma mulher. Assim, apesar desse enunciado fílmico ser situado em um momento anterior ao surgimento dos memes, podemos perceber que existem pontos de diálogo entre eles, que explicitaremos em nossas análises.

Tanto o filme quanto os enunciados meme da Barbie Fascista apresentam um padrão de mulher representado como ideal, reforçado pela sociedade machista e patriarcal. As personagens são magras, em sua grande maioria loiras como a Barbie (ver Figura 3), donas de casa submissas aos maridos – belas, recatadas e “do lar”. Além disso, o filme nos convida a refletir sobre o fato de ser uma mulher quem cerceia a liberdade das outras mulheres da comunidade, o que se aproxima em contradição e deslocamento social com o apoio das mulheres a governantes e movimentos políticos que propõem diminuição dos direitos femininos, conquistados ao longo de séculos pelas lutas feministas.

No filme, após a lavagem cerebral realizada pelos homens, as esposas perfeitas ficam parecidas com bonecas, desde seus movimentos que passam a ser mais rígidos,

como pelo fato de que concordam com tudo, estão sempre a sorrir e são alienadas à realidade. Apesar de ter sido produzido em 2004, esse enunciado aborda temas atuais, como o aumento de adeptas ao movimento *TradWives* (Esposas Tradicionais, em tradução livre), que defendem que a mulher deve ser submissa ao marido e se comportar como as mulheres dos anos 50. Sobre esse tema, utilizamos no capítulo de contexto o documentário da *BBC* sobre a *Tradwife* Alena Kate Pettitt

Figura 38 – Cartaz do filme Mulheres Perfeitas



Fonte: Adoro Cinema⁷⁶

Figura 39 – Documentário sobre movimento TradWife



Fonte: Youtube⁷⁷

⁷⁶ Disponível em: <<https://www.adorocinema.com/filmes/filme-48856/>>. Acesso em: 27 jul. 2020.

⁷⁷ Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-51183651>>. Acesso em: 27 jul. 2020.

Outro enunciado que utilizaremos como cotejo é o vídeo intitulado *Entrevista com a Barbie Fascista* (Figura 40), produzido pelo canal *Matando Matheus a Grito*, do *YouTube*. O vídeo foi publicado, assim como os primeiros memes, no período do segundo turno das eleições 2018. Como o próprio título sugere, o enunciado simula uma entrevista com a própria Barbie Fascista, representada no vídeo por um homem travestido de mulher, usando uma peruca loira e expondo seus posicionamentos sobre meritocracia, ditadura e política (principalmente sobre seu ódio pelo PT). O vídeo possui uma explícita relação dialógica com os memes BF e se constitui como um enunciado responsivo tanto aos memes quanto à realidade sócio-política do país, além de também utilizar a ironia como recurso de resistência.

Figura 40 – Vídeo Entrevista com a Barbie Fascista real



Fonte: *YouTube*⁷⁸

Apresentado nosso cotejo, entendemos ser tarefa do pesquisador “compreender o texto tal qual o próprio autor de dado texto o compreendeu. Mas a compreensão pode e deve ser ainda melhor [...]. Assim, a compreensão completa o texto: ela é ativa e criadora. A compreensão criadora continua a criação, multiplica a riqueza artística da humanidade” (BAKHTIN, 2011, p. 378). Para que essa tarefa seja alcançada, estabelecemos critérios a serem seguidos, sobre os quais explanaremos no próximo item.

2.3 Critérios metodológicos de seleção do *corpus*

Conforme já citamos anteriormente, as páginas do *Facebook* que escolhemos para coletar os memes que compõem nosso *corpus* são intituladas *Barbie e Ken Cidadãos de Bem* e *Barbie Fascista*. Ressaltamos que, dentre as inúmeras páginas da rede social que fazem a postagem desse tipo de enunciado meme, escolhemos as duas supracitadas por

⁷⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=1eHheWBRwGw>>. Acesso em 20 jul. 2020.

serem as que possuem o maior alcance de usuários (maior número de curtidas) e o maior número de postagem de memes.

A página *Barbie e Ken Cidadãos de Bem* possui um total de 385.535 curtidas e 446 memes postados⁷⁹. Já a página *Barbie Fascista* tem 15.375 curtidas e soma 230 memes postados⁸⁰. Justificamos que a escolha pelo número de duas páginas se deve ao fato de que o conteúdo das outras páginas que veiculam os memes BF no *Facebook* se assemelha, muitas vezes os memes postados são exatamente os mesmos. Por isso, não nos é interessante analisar um número maior de páginas, visto que não existe uma alteração significativa em seus conteúdos que possa vir a modificar o resultado final deste trabalho.

Figura 41 – Página Barbie e Ken Cidadãos de Bem



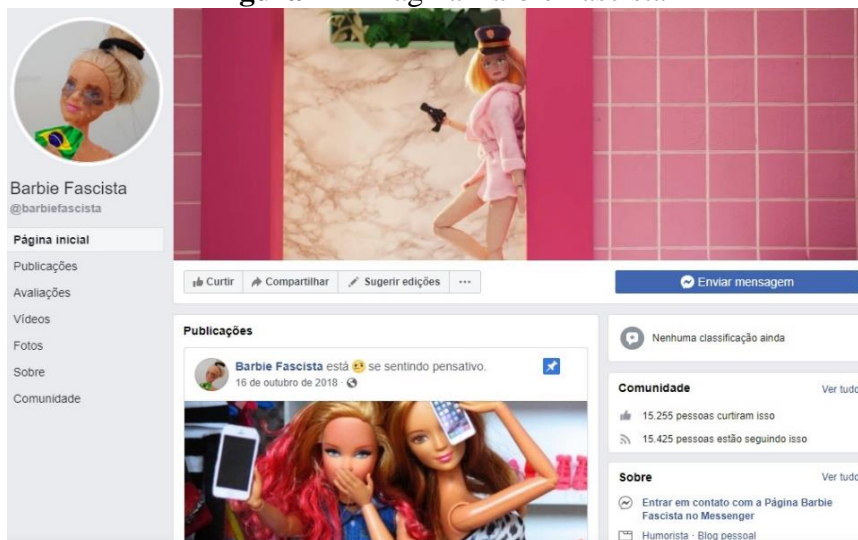
Fonte: *Facebook*⁸¹

⁷⁹ Números disponíveis para conferência em <<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem>>. Acesso em 20 out. 2020.

⁸⁰ Números disponíveis para conferência em <https://www.facebook.com/barbiefascista/?ref=br_rs>. Acesso em 20 out. 2020.

⁸¹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem>>. Acesso em 20 out. 2020.

Figura 42 – Página Barbie Fascista



Fonte: Facebook⁸²

Uma vez postados, os memes circulam em diversas redes sociais e não é possível controlar sua propagação, visto que são enunciados *líquidos* (FURTADO, 2019). Essa fluidez é uma característica dos conteúdos provenientes da internet. O meme BF também pode ser encontrado, por exemplo, em páginas que se dedicam a esse conteúdo no *Instagram* e no *Twitter*. No entanto, elegemos as páginas do *Facebook* pelo fato de ser a segunda rede social mais utilizada no Brasil, com 130 milhões de usuários cadastrados. Além disso, permite que os conteúdos sejam compartilhados, comentados e é possível reagir as publicações, o que para nós caracteriza essa rede social por promover maior interação entre os indivíduos, fator caro ao nosso trabalho.

Além do critério quantitativo utilizado na escolha das páginas, adotamos também o critério temático para a escolha dos memes que constituem nosso corpus. É possível perceber uma recorrência de assuntos abordados, o que nos levou a delimitar os três temas mais frequentes para criarmos três categorias de análise, denominadas por nós de *Barbie Antipetista*, *Barbie Militante*⁸³ e *Barbie Antifeminista*, que assim foram cunhados a partir do uso desses termos pelas próprias páginas dentro de alguns memes. Analisaremos dois memes de cada eixo temático, a fim de refletir sobre as recorrências e especificidades dos enunciados e os apresentaremos de forma breve neste momento para que o leitor possa conhecê-lo antes do momento de análise.

⁸² Disponível em <<https://www.facebook.com/barbiefascista>>. Acesso em 20 out. 2020.

⁸³ Referência irônica e pejorativa às pessoas que fazem militância exclusivamente na internet e, em situações reais, se eximem.

Os memes presentes na categoria *Barbie Antipetista* trazem em seu conteúdo o apoio a Bolsonaro de maneira explícita, assim como veiculam posicionamentos contrários e, por vezes, de ódio ao Partido dos Trabalhadores (PT):

Figura 43 – Barbie Fascista segura metralhadora pelo direito de me defender!!!! pelo direito de me sentir segura dentro da minha própria casa!! somos cidadãos de bem!! #CHEGA #PTNUNCAMAIS #ELESIM #B17



Fonte: *Barbie Fascista*⁸⁴

Figura 44: Filtro da Barbie Fascista



Fonte: *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*⁸⁵

⁸⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/barbiefascista/photos/2129179070664780>>. Acesso em 12 ago. 2019.

⁸⁵ Disponível em <<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1917191568536868/2185614988361190>>. Acesso em 12 ago. 2019.

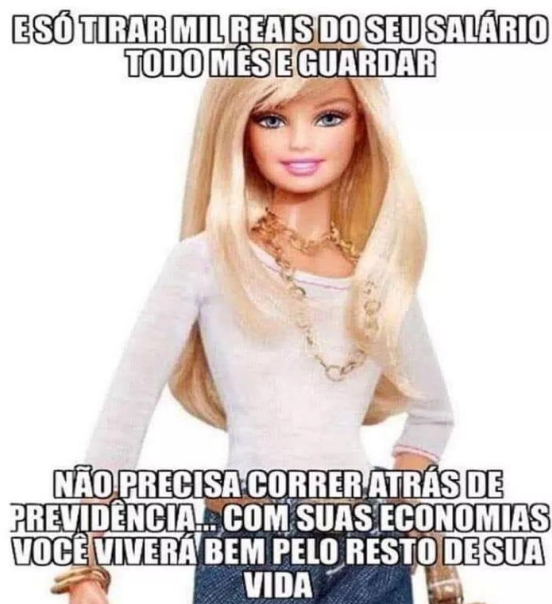
Compõem a categoria *Barbie Militante* dois memes em que a Barbie faz declarações acerca de temas sociais, como a questão racial, de gênero, ações afirmativas, educação e economia:

Figura 45 – Barbie Fascista sobre a educação



Fonte: *Barbie Fascista*, 2020, online⁸⁶

Figura 46 – Barbie Fascista sobre a Previdência



Fonte: *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*, 2019, online⁸⁷

⁸⁶

Disponível

em:

<<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1905161136406578/2173595179563171/?type=3&theater>>. Acesso em 12 ago. 2019.

⁸⁷ Disponível em: <<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photo>>. Acesso em 15 ago. 2019.

Os enunciados selecionados para compor a categoria *Barbie Antifeminista* apresentam as declarações da Barbie Fascista sobre ser feminina, mas não feminista, em crítica ao movimento feminista.

Figura 47 – Barbie Fascista feminina



Fonte: *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*, 2020, online⁸⁸

Figura 48 – Barbie Fascista feminina e depilada

Eu não preciso do feminismo. Sou valorizada no meu trabalho e toda feminina e depilada.



Fonte: *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*⁸⁹

⁸⁸

Disponível em
<<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1917191568536868/2288476041408417>>. Acesso em 20 ago. 2019.

⁸⁹

Disponível em
<<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1917191568536868/2288476041408417>>. Acesso em 20 ago. 2019.

Priorizamos, ao definir os memes para análise, aqueles que apresentam apenas a figura da boneca Barbie, com a proposta de refletir com mais profundidade sobre a representação da mulher de direita. Os memes utilizados como cotejo, bem como aqueles que nos servem como exemplo ao longo de nosso trabalho, poderão apresentar a figura de Ken, namorado da Barbie, e de seus amigos.

O critério temporal também baliza nossa escolha dos memes, que foram coletados observando a data de postagem. Estabelecemos como recorte temporal o período que compreende as eleições de 2018, quando os memes começaram a ser publicados, até o primeiro ano do governo de Jair Bolsonaro, 2019.

Compreendemos a teoria bakhtiniana como o aporte teórico necessário e adequado para o estudo dos memes da Barbie Fascista justamente por propor o estudo da linguagem tendo em vista as relações sociais. Enunciados suscitados a partir de acontecimentos políticos, calcados em solo social, a constituição dos memes BF privilegia a análise dos embates entre vozes sociais distintas sobre a política brasileira, tanto nas redes sociais quanto na vida real, estabelecendo um retrato (que é reflexo e refração) da sociedade. Além disso, expõem as vozes do machismo, da homofobia, da falta de empatia e da alienação de determinada classe social em uma atitude responsiva, mas sobretudo responsável, de resistência ao bolsonarismo.

2.4 O sujeito-outro Barbie Fascista: a alteridade na pesquisa em Ciências Humanas

A especificidade da pesquisa em Ciências Humanas reside no fato de que lida e se propõe a compreender os sujeitos, aqui entendidos como *seres expressivos e falantes* (BAKHTIN, 2011), inseridos em sociedade, dotados de ideologias e pertencentes a um contexto sócio-histórico-cultural. Justamente por isso Mikhail Bakhtin (2011) discorre, no ensaio *Metodologia das ciências humanas*, sobre não ser possível estabelecer um passo a passo sobre o fazer científico, já que são inúmeras e inesgotáveis as representações dos sujeitos – em constante mudança, como expusemos anteriormente.

É, portanto, papel do pesquisador verificar as características que tornam seu objeto de pesquisa único, dissecá-lo não de maneira mecanicista, mas empática, em um movimento que se assemelha ao zoom de uma câmera, afastando-se e se aproximando de forma a conhecer esse seu outro e traduzi-lo. Assim, uma de nossas tarefas é refletir sobre quem é o sujeito-outro Barbie Fascista, objeto dessa pesquisa, uma representação irônica das mulheres de direita que apoiam Bolsonaro.

Para além de uma figura estática nos memes ou de uma boneca de plástico eternizada nas estantes de brinquedos, existem por trás da representação dos enunciados meméticos sujeitos de carne e osso. Assim, considerar a alteridade como ferramenta metodológica se torna imprescindível para a compreensão de nosso objeto cognoscível, esse outro para o qual nos dedicamos e que é humano.

Análise e manejo das relações com o outro constituem, no trabalho de campo e no trabalho de escrita, um dos eixos em torno dos quais se produz o saber. Diferença no interior de uma identidade, pluralidade na unidade, *o outro é ao mesmo tempo aquele que quero encontrar e aquele cuja possibilidade de encontro integra o próprio princípio da pesquisa*. Sem reconhecimento da alteridade não há objeto de pesquisa e isto faz com que toda tentativa de compreensão e de diálogo se construa sempre na referência aos limites dessa tentativa (AMORIM, p. 28-29, 2004, grifos nossos).

A alteridade existe pelo (não tão) simples fato de que o objeto de pesquisa é um enigma para o pesquisador, uma incógnita a espera de solução, revelação, ou ainda melhor, de análise. Essa análise ocorre por meio do diálogo, seja entre pesquisador e seu objeto ou pesquisador e sua teoria (e, conseqüentemente, com outros pesquisadores/pensadores).

Quando fazemos pesquisa, o método que adotamos nos demonstra condutas a serem seguidas, de modo mais ou menos explícito (a depender do escopo teórico escolhido), para que o encontro com o outro, o objeto cognoscível, seja possibilitado. Os estudos bakhtinianos consideram os sujeitos inseridos em um contexto, em um momento sócio-histórico, que se coloca no mundo por meio de sua linguagem. Por isso, as reflexões do Círculo propõem não apenas a análise linguística em si, restrita à forma, mas uma teoria que contempla o homem e a linguagem em sua relação com mundo – uma *metalinguística*⁹⁰.

A linguística conhece, evidentemente, a forma composicional do “discurso dialógico” e estuda as suas particularidades sintáticas léxico-semânticas. Mas ela as estuda enquanto fenômenos puramente linguísticos, ou seja, no plano da língua, e não pode abordar, em hipótese alguma, a especificidade das relações dialógicas entre as réplicas. Por isso, ao estudar o “discurso dialógico”, a linguística deve aproveitar os resultados da metalinguística (BAKHTIN, 2010, p. 211).

⁹⁰ Sabemos da discussão acerca dos termos metalinguística e translinguística, mas ressaltamos que não adentraremos em discussões relacionadas à tradução de conceitos e das obras do Círculo de Bakhtin, por não ser essa a nossa proposta.

Assim, considerar a alteridade no trabalho de pesquisa é um dos caminhos que julgamos imprescindíveis a serem seguidos ao conduzirmos essa pesquisa, assim como em todas as pesquisas desenvolvidas nas Ciências Humanas e, sobretudo, aquelas ancoradas aos estudos bakhtinianos. O olhar exotópico, ou seja, dirigido para o outro, se estabelece como ação indissociável do movimento dialético-dialógico, pilar metodológico já exposto por nós anteriormente.

A alteridade nos permite trazer à tona as vozes que compõem o trabalho de diferentes maneiras: a das pesquisadoras, da teoria escolhida (seus pensadores e comentadores), do nosso objeto (ao explicitarmos a voz das mulheres representadas como Barbie Fascistas, ou ainda a das páginas que publicam os memes), dos enunciados que usamos como cotejo, dentre outras tantas que tentamos revelar. Dessa forma, entendemos “o tratamento dialógico como a única forma de tratamento do homem-indivíduo, que lhe preserva a liberdade e a inconclusibilidade” (BAKHTIN, 2011, p. 347).

Algumas interpretações tomam o texto científico como mais monológico e, assim, dogmático, com a premissa de que seria mais apropriado para a escrita acadêmica. Contudo, essa postura decorre do mal-uso ou, ainda, entendimento incorreto dos termos dialógico e monológico (AMORIM, 2004).

O monologismo nega ao extremo, fora de si, a existência de outra consciência isônoma e isônimo-responsiva, de outro *eu (tu)* isônimo. No enfoque monológico (em forma extrema ou pura), o *outro* permanece inteiramente apenas *objeto* da consciência e não outra consciência. Dele não se espera uma resposta que possa modificar tudo no mundo da minha consciência. O monólogo é concluído e surdo à resposta do outro, não o espera nem reconhece nele força *decisiva*. Passa sem o outro e por isso, em certa medida, reifica toda a realidade. Pretende ser a última palavra. Fecha o mundo representado e os homens representados (BAKHTIN, 2011, p. 348, grifos do autor).

O próprio fazer científico pode ser descrito como um trabalho de tradução das teorias diversas que existem, seja em uma postura de aceitação ou confrontação, mas que não deixa de ser, acima de tudo, uma réplica à proposição teórica do outro. A pesquisa em Ciências Humanas é, especificamente e em seu cerne, uma tradução do homem enquanto sujeito repleto de axiologias, constantemente modificado e constituído por outros sujeitos. As palavras alheias nos constroem enquanto indivíduos, ao passo que existimos e nos inserimos no mundo ao respondermos a elas.

[...] Eu vivo em um mundo de palavras do outro. E toda a minha vida é uma orientação nesse mundo; é reação às palavras do outro (uma reação infinitamente diversificada), a começar pela assimilação delas [...] e terminando na assimilação das riquezas da cultura humana (BAKHTIN, 2011, p. 379).

Escrevem essa pesquisa duas pesquisadoras mulheres, fato que não deve passar sem menção, visto que o objeto de análise é, antes de tudo, uma caracterização sobre outras mulheres, além do fato de que o olhar do pesquisador, singular, constitui o objeto. Por levarmos essa questão em consideração, tomamos também como referencial o estudo de Djamila Ribeiro (2019) sobre lugar de fala, denotando que esse lugar em que estamos circunscritas determina nossa valoração acerca do objeto. Retomaremos esse conceito em momento oportuno, ao longo do trabalho.

Assim, o objeto de nossa pesquisa, a Barbie Fascista, abarca as diversas vozes que se digladiam nas redes sociais, motivadas pelo contexto sócio-histórico-político do Brasil. Adentramos o espaço do *Facebook* para analisar o embate entre as forças centrípetas e centrífugas existente entre classes sociais distintas, que apoiam ou refutam o governo de Jair Bolsonaro. Ao acessarmos a rede, não estamos no papel de usuário, claramente, mas de pesquisador que vislumbra seu objeto, se distancia dele na tentativa de compreendê-lo e percebe sua importância para a composição do retrato do país desse contexto.

3 YOU CAN BRUSH MY HAIR, UNDESS ME EVERYWHERE⁹¹: Reflexões sobre a teoria bakhtiniana

A língua não reflete oscilações subjetivo-psicológicas, mas inter-relações sociais estáveis dos falantes.
(Valentin Volóchinov, 2017, p. 253)

Para que seja possível analisar os enunciados memes selecionados em nosso corpus, torna-se necessário embasar a presente pesquisa teoricamente. Assim sendo, apresentamos neste capítulo nossas revisões sobre alguns conceitos do Círculo de Bakhtin que são norteadores para o trabalho, com o intuito de relacioná-los com nosso objeto de estudo e promover uma compreensão integrada dos enunciados meme da Barbie Fascista.

O primeiro item, 3.1, dedica-se à discussão dos conceitos de ideologia e signo ideológico, e apresenta exemplos de como este reflete e refrata os valores da realidade e da interação entre sujeitos. Em 3.2, discorremos sobre diálogo e enunciado, de forma a privilegiar a compreensão de como os discursos estão engendrados em uma cadeia discursiva, que suscita réplicas constantes. Nossas considerações sobre riso e ironia, elementos discursivos presentes nos memes da Barbie Fascista, estão elencadas no item 3.3, de maneira a explicitar como tais concepções podem ser percebidas em nosso *corpus*.

3.1 O signo Barbie Fascista: reflexos e refrações da vida em memes

Os conceitos de ideologia e signo ideológico são basilares em toda teoria do Círculo de Bakhtin, sendo mais aprofundados pelos autores Valentin Volóchinov e Pável Nikoláievitch Medviédev⁹². Em *Marxismo e Filosofia da Linguagem*, Volóchinov (2017 [1929]) propõe o estudo da linguagem a partir do Método Sociológico, em que revisa questões propostas pelo marxismo de maneira a explicitar como as ideologias influenciam os sujeitos e são, ao mesmo tempo, influenciadas por estes. Ao propor uma poética sociológica na obra *O método formal nos estudos literários*, Medviédev (2016 [1928]) apresenta suas críticas ao Formalismo Russo e elenca a importância do estudo aprofundado da ciência das ideologias.

⁹¹ “Você pode pentear meu cabelo, despir-me em qualquer lugar”, tradução nossa. Trecho da música *Barbie Girl*, da banda *Aqua* (1997)

⁹² Não é nossa intenção discutir sobre a questão da autoria dos livros citados. Sabemos que existem divergências com relação a assinatura dos trabalhos do Círculo, mas aqui priorizaremos as traduções advindas diretamente do russo, adotando-as, portanto, como referência.

Dito isso, ressaltamos a importância da discussão desses conceitos em nosso trabalho por lidarmos com um objeto fomentado em solo político, que revela as axiologias dos sujeitos brasileiros na contemporaneidade. O signo ideológico só se sustenta na interação dos sujeitos, quando adquire valoração para determinada classe social, expressando e traduzindo suas ideologias. Vale destacar que, por ideologia, não assumimos aqui o sentido marxista de mascaramento da realidade, muito menos o valor pejorativo atribuído a essa palavra nos últimos anos, como em “ideologia de gênero”, expressão utilizada quando grupos conservadores fazem referência (e refutam) ao debate sobre igualdade de gênero e educação sexual nas escolas.

Filiados aos estudos bakhtinianos, compreendemos por ideologia as significações e valorações que refletem e refratam a sociedade, expressas por sujeitos inseridos em determinado grupo e horizonte social. As ideologias não são criadas ou solidificadas em terreno individual, mas sim na coletividade e na interação, visto que, por exemplo, desnudam as tensões da luta de classes e expressam os posicionamentos dos sujeitos. Aliás, essa foi uma das críticas feitas pelo Círculo de Bakhtin aos marxistas, que atribuíam à consciência o lugar de criação da ideologia, como se esta fosse inata ou transcendente (MIOTELLO, 2016).

Volóchinov (2019, p. 243), em nota de rodapé concisa, mas ainda assim norteadora, define em seu ensaio “O que é a linguagem/língua?” que “entendemos por ideologia todo o conjunto de reflexos e refrações no cérebro humano da atividade social e natural, expressa e fixada pelo homem na palavra, no desenho artístico e técnico ou em alguma outra forma *sígnica*”. Ainda de acordo com Volóchinov (2017, p. 111, grifos do autor), “[...] *somente aquilo que adquiriu um valor social poderá entrar no mundo da ideologia, tomar forma e nele consolidar-se*”.

O meme da Barbie Fascista é um retrato do Brasil polarizado politicamente e representa uma parcela da sociedade, a elite econômica. Por isso, entendemos a Barbie Fascista enquanto um signo ideológico, justamente por materializar a realidade política atual do país. Segundo Volóchinov (2017, p. 94), “qualquer signo ideológico é não apenas um reflexo, uma sombra da realidade, mas também uma parte material dessa mesma realidade. Qualquer fenômeno ideológico *sígnico* é dado em algum material: no som, na massa física, na cor, no movimento do corpo e assim por diante”.

Os memes da Barbie Fascista não fariam sentido e nem teriam a repercussão que obtiveram sem a mobilização dos usuários das redes sociais, ou seja, sem a interação entre os indivíduos que ressignificaram a boneca em sujeito-bolsonarista. Isso acontece porque

“não há significado fora da relação social de compreensão, isto é, da união e da coordenação mútua das reações das pessoas diante de um signo dado” (MEDVIÉDEV, 2016, p. 50). Portanto, compreendemos que o signo não surge de modo aleatório ou, ainda, a partir da individualidade, mas sim na interação humana, pela comunicação, seja no diálogo face a face, seja em postagens na internet.

A boneca Barbie, padrão de feminilidade e beleza instaurado ao longo de anos, é ressignificada nas redes sociais para se tornar símbolo da mulher de direita. É interessante refletirmos o porquê de o signo escolhido para essa representação ser a Barbie e não outra boneca ou personagem. A imagem da boneca da *Mattel* é associada às mulheres bolsonaristas pelo fato de que pertencem a uma classe social abastada, são representadas como sujeitos alienados à realidade que as circunda e que parecem se preocupar apenas com futilidades.

Essa representação acontece porque, desde sua criação, conforme abordamos anteriormente em nosso capítulo de contextualização, Barbie é caracterizada pela *Mattel* como uma boneca rica, que possui muitos acessórios, roupas caras e que acompanham a moda do momento, além de carros e casas luxuosas que ajudam a compor a vida perfeita da boneca. Até mesmo nas coleções da marca sobre profissões, Barbie frequentemente aparece em profissões de liderança, bem remuneradas e de prestígio na sociedade, com roupas glamorosas, ainda que não sejam as mais adequadas para o exercício daquele ofício. Desse modo, a *Mattel* instaurou no imaginário social que a boneca campeã de vendas é rica, valor que nas sociedades capitalistas assume significação positiva e que se atrela ao poder.

Portanto, os memes BF demonstram, a partir da visão das páginas que os postam e dos usuários que com elas concordam, as semelhanças existentes entre a boneca Barbie e a mulher de direita. Enquanto isso, a representação de mulheres bolsonaristas, com pensamentos conservadores e que não pertencem a essa mesma classe social, mas sim à classe média ou baixa, é feita por meio de outros signos ideológicos. Um exemplo é a boneca *Susi*, da empresa de brinquedos *Estrela*, que ganhou páginas no *Facebook* com memes análogos aos da Barbie Fascista, em uma caracterização dos “pobres de direita”.

Figura 49 – Página Susi pobre de direita

Fonte: *Susi pobre de direita*⁹³

Figura 50 – Susi pobre de direita
 “Temos que defender nossas riquezas
 ou mais dia menos dia os comunistas
 vão nos obrigar a dividir nosso corsa
 sedan com estranhos”



Fonte: *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*⁹⁴

⁹³ Disponível em: <https://www.facebook.com/susipobre/?tn-str=k*F>. Acesso em 05 ago. 2019.

⁹⁴ Disponível em: <<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1917191568536868/2179623465627009?type=3&theater>>. Acesso em 05 ago. 2019.

Na Figura 50, Susi aparece vestindo roupas infantis e vibrantes, em tons de rosa e amarelo, diferente das roupas adultas (por vezes sensual) vestidas por Barbie. Como plano de fundo da imagem, vemos um céu azul claro com nuvens e reflexos de luminosidade solar, além de borboletas voando ao redor da boneca. A composição da figura e escolha de cores nos remetem a uma cena amena, de um momento ensolarado e feliz. O enunciado verbal é apresentado entre aspas, como se tivesse sido dito pela própria Susi.

Esse enunciado é irônico, assim como os memes da Barbie Fascista, pois ridiculariza o posicionamento dos “pobres de direita”, indivíduos que acreditam pertencer a uma classe social mais abastada do que a classe à qual realmente pertencem. Esse meme critica a alienação social, ao lançar mão de um discurso usado por diversos brasileiros, que temem “dividir riquezas”, mas que, na realidade, são assalariados. Além disso, a menção ao “corsa sedan”, carro popular brasileiro, contribui para o caráter cômico desse enunciado porque explicita que esses sujeitos não podem comprar carros que não sejam populares, apesar de se considerarem ricos.

Notemos que as roupas da Susi não são tão glamorosas quanto as da Barbie. Susi, de acordo com a empresa *Estrela* e seu *marketing*, é uma representação da mulher brasileira. Enquanto isso, sabemos que a Barbie representa a mulher estadunidense, loira, de pele branca. Assim, se pensarmos nas vendas de bonecas no Brasil, sabemos que Susi não fez o mesmo sucesso que Barbie, o que nos leva a refletir sobre o sentimento nacional de que aquilo vem de um país estrangeiro é melhor, com a tendência de exaltar a superioridade americana.

A partir dos exemplos apresentados até aqui, percebemos que diferentes signos ideológicos podem ser utilizados para representar sujeitos de classes sociais distintas, ainda que com um posicionamento político em comum. Essa representação só é possível porque o signo se sustenta na interação entre os indivíduos, que imprimem os valores da coletividade em que estão inseridos, bem como as ideologias que os perpassam.

3.2 O dialogismo expresso em memes: considerações sobre diálogo e enunciado

A teoria bakhtiniana compreende a linguagem como instância viva e dialógica, modificada pela incessante interação dos sujeitos que participam do discurso. Desse modo não devemos pensar nos enunciados isolados, ou ainda, tentar encontrar o enunciado inaugural sobre o tema ao qual nos debruçamos, já que tudo o que se produz é, na realidade, réplica – participação responsiva e responsável do ser no mundo. Justamente

por prever essa dinamicidade e unicidade dos enunciados, bem como a relação/existência do eu para o outro, o conceito de diálogo é basilar na teoria do Círculo.

Sabemos que a própria teoria que aqui nos baliza é dialógica em seu cerne (e coerente), visto que os conceitos propostos são interdependentes, dialogam entre si para a compreensão do todo das obras do Círculo bakhtiniano. Assim sendo, é impossível pensar de modo estanque sobre determinada concepção sem considerar as outras que, no seu entrecruzamento, culminam em reflexões sobre a linguagem e como, por meio desta, o homem se afirma no mundo.

Todo enunciado suscita réplicas, é sempre direcionado para o diálogo com o outro, mas não o diálogo como compreende o senso comum, no sentido estrito de consenso ou, até mesmo, de conciliação entre partes, o que pode gerar uma interpretação errônea e “mal-dita” dessa palavra (FARACO, 2009). Pelo contrário, entendemos diálogo como o movimento que ocorre entre enunciados e acarreta as mais diversas respostas, estas podendo exprimir apoio, refutação, ironia, contestação, dentre outras reações que são plurais por acompanharem a pluralidade inerente aos sujeitos.

Obviamente, o diálogo, no sentido estrito da palavra, é somente uma das formas da interação discursiva, apesar de ser a mais importante. No entanto, o diálogo pode ser compreendido de modo mais amplo não apenas como a comunicação direta em voz alta entre pessoas face a face, mas como qualquer comunicação discursiva, independentemente do tipo (VOLÓCHINOV, 2017, p. 219).

Em cada discurso ouve-se, portanto, a voz do sujeito que o enuncia, bem como (pelo menos) uma outra voz, com quem se dialoga. A orientação do discurso é dialógica justamente porque ocorre entre sujeitos que são situados histórica e socialmente, em uma revelação de embates e posicionamentos axiológicos que inserem os enunciados em uma espiral sem fim – e, não nos esqueçamos, sem início – em uma temporalidade extensa, que considera passado, presente e futuro, bem como seus ecos, ressonâncias, reverberações e suas ressignificações.

Cada enunciado é pleno de ecos e ressonâncias de outros enunciados com os quais está ligado pela identidade da esfera de comunicação discursiva. Cada enunciado deve ser visto antes de tudo como uma *resposta* aos enunciados precedentes de um determinado campo (aqui concebemos a palavra “resposta” no sentido mais amplo): ela os rejeita, confirma, completa, baseia-se neles, subentende-os como conhecidos, de certo modo os leva em conta (BAKHTIN, 2011, p. 297).

Acontecimento entre sujeitos, criados no solo social e político, os memes da Barbie Fascista surgem, como já mencionado, durante as eleições de 2018 no Brasil, mas isso não significa que nos é produtivo assumir como ponto de partida o primeiro meme postado, visto que esses enunciados remetem a acontecimentos de diferentes momentos do país, inclusive a momentos anteriores à eleição de Bolsonaro. Essa mesma postura deve ser adotada aos analisarmos qualquer enunciado, pelo fato de que somente um sujeito adâmico produziria um enunciado totalmente sem interferência de outras vozes, ou seja, neutro.

O objeto do discurso do falante, seja esse objeto qual for, não se torna pela primeira vez objeto do discurso em um dado enunciado, e um dado falante não é o primeiro a falar sobre ele. O objeto, por assim dizer, já está ressalvado, contestado, elucidado e avaliado de diferentes modos; nele se cruzam, convergem e divergem diferentes pontos de vista, visões de mundo, correntes. O falante não é um Adão bíblico, só relacionado com objetos virgens ainda não nomeados, aos quais dá nome pela primeira vez (BAKHTIN, 2011, p. 300).

Ao consultarmos nosso *corpus*, encontramos memes que fazem referência tanto a episódios que se situam em um período anterior à corrida eleitoral, assim como àqueles em um contexto posterior, já no governo de Jair Bolsonaro, e que partem, por exemplo, de polêmicas ocorridas durante o mandato. Para exemplificarmos o que até aqui discorreremos, utilizaremos um enunciado BF para elucidar o dialogismo presente nos memes que são nosso objeto. Primeiro, para conduzir o leitor de maneira mais clara, contextualizaremos o evento com o qual o meme se relaciona e, logo em seguida, apresentaremos nossas considerações.

Em 25 de junho de 2019, um sargento que pilotava um avião da Força Aérea Brasileira (FAB) foi detido no aeroporto de Sevilha, na Espanha, porque estava portando a quantidade de 39 quilos de cocaína em sua bagagem⁹⁵. Essa mesma aeronave era designada a fazer a rota presidencial em viagens longas, inclusive no mesmo dia do acontecido, o que contribuiu para que a notícia se tornasse um escândalo e ocupasse não só as manchetes de jornais impressos e online, mas também as redes sociais em postagens diversas, com publicações de usuários que comentavam o ocorrido. As páginas de memes

⁹⁵ “Militar da Força Aérea é preso com drogas em aeroporto na Espanha; Ministério da Defesa abre investigação”, disponível em: <<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/06/26/militar-da-aeronautica-e-preso-com-entorpecentes-em-aeroporto-na-espanha-ministerio-da-defesa-abre-investigacao.ghtml>>. Acesso em 08 jul. 2019.

Barbie Fascista e *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*, para citar apenas as duas que aqui elegemos como nosso objeto, fizeram várias postagens sobre o assunto, como a que segue:

Figura 51 – Barbie usando droga ilícita

"Posso até me arrepender de ter votado no Bolsonaro, mas cúmplice de bandido e partido corrupto eu não fui! Aqui em casa os valores éticos e morais vieram de berço!"



Fonte: Barbie e Ken Cidadãos de Bem ⁹⁶

O meme que apresentamos na Figura 51 foi postado pela página *Barbie e Ken Cidadãos de Bem* em 05 de julho de 2019. Na imagem, uma boneca Barbie loira, que veste um casaco de peles, leva uma das mãos até o nariz, em um movimento que faz alusão a aspiração nasal de cocaína. Ao lado da boneca há um rastro de uma substância em pó e de coloração branca que, associado ao gesto com a mão, auxilia na construção, pelo visual, da representação dessa boneca como usuária da droga.

Em um primeiro momento, os elementos da imagem podem causar estranhamento, pela existência de uma contradição em seu conteúdo: a Barbie é um símbolo de feminilidade e delicadeza. A *Mattel*, como já mencionamos, elaborou um *marketing* milionário para torná-la um brinquedo que fosse atrelado à imagem da mulher recatada, de família. Para a sociedade, os valores que mencionamos são diametralmente vistos como opostos ao se referir a pessoas que fazem uso de drogas ilícitas. Assim, não se

⁹⁶

Disponível

em

<<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1917191568536868/2340414809547873>>. Acesso em 14 out. 2019.

espera que a Barbie use drogas, porque é encarada como um exemplo a ser seguido por meninas e mulheres. É essa contradição que promove a crítica feita pelo meme aos “cidadãos de bem”.

Analisemos agora o enunciado verbal “Posso até me arrepender de ter votado no Bolsonaro, mas *cúmplice de bandido e partido corrupto* eu não fui! Aqui em casa os *valores éticos e morais* vieram de berço!”, que transcrevemos aqui com algumas palavras em itálico para facilitar a leitura do que vamos expor. É relevante que chamemos a atenção para o fato de que o enunciado aparece entre aspas, recurso gráfico que marca o discurso alheio, a voz do outro que aqui é objeto de crítica e deboche no meme. Bakhtin teceu considerações importantes sobre o uso das aspas e sua significação, ao postular que

A entonação que isola o discurso do outro (marcado por aspas no discurso escrito) é um fenômeno de tipo especial: é uma espécie de *alternância dos sujeitos do discurso* transferida para o interior do enunciado. Os *limites* criados por essa alternância são aí enfraquecidos e específicos: a expressão do falante penetra através desses limites e se dissemina no discurso do outro, que podemos transmitir em tons irônicos, indignados, simpáticos, reverentes (essa expressão é transmitida com o auxílio de uma entonação expressiva – no discurso escrito é como se a adivinhássemos e a sentíssemos graças ao contexto que emoldura o discurso do outro – ou pela situação extraverbal – ela sugere a expressão correspondente). O discurso do outro, desse modo, tem uma dupla expressão: a sua, isto é, a alheia, e a expressão do enunciado que acolheu esse discurso. Tudo isso se verifica, antes de tudo, onde o discurso do outro (ainda que seja uma palavra que aqui ganha força de um enunciado pleno) é citado textualmente e destacado com nitidez (entre aspas): os ecos da alternância dos sujeitos do discurso e das suas mútuas relações dialógicas aqui se ouvem nitidamente (BAKHTIN, 2011, p. 299).

Assim sendo, já nos é possível perceber a relação dialógica que esse enunciado estabelece com outros enunciados, visto que utiliza a frase de um outro sujeito para ironizá-la. Esse enunciado meme é uma réplica ao escândalo dos 39 quilos de cocaína por conta da construção da imagem utilizada no meme, que não de maneira descuidada coloca a Barbie como usuária de cocaína, além da data de sua postagem. É importante destacarmos essa proximidade entre a data do escândalo com a publicação do meme, feita poucos dias após a apreensão do piloto e do avião, justamente porque essa é uma especificidade dos memes BF: a de deslocar notícias da esfera jornalística para o *Facebook* em um curto período de tempo, sempre em uma crítica ácida.

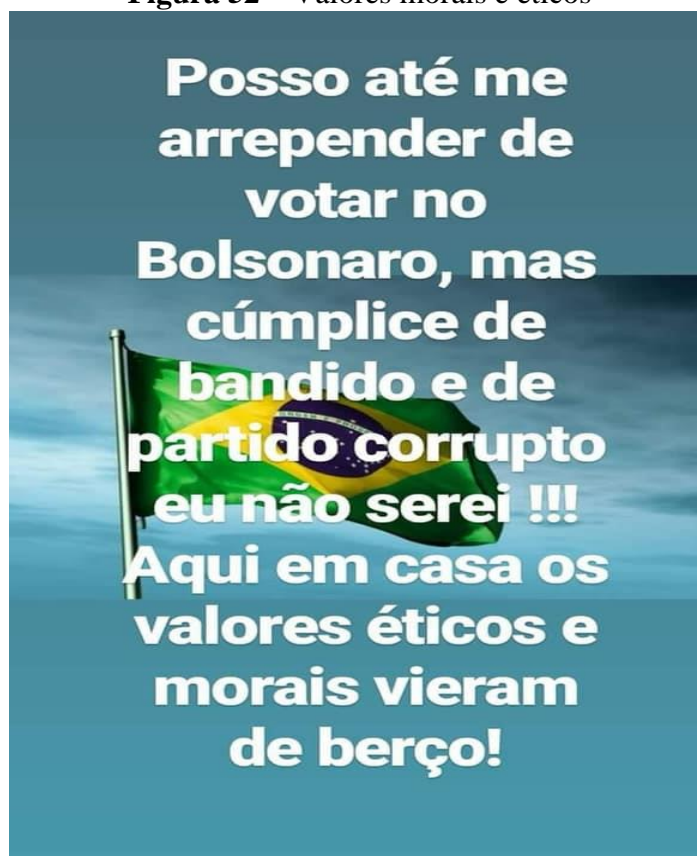
Aqui, desmembramos a análise explicitando as dimensões visuais e verbais para conseguir explicitar todas as minúcias presentes no interior (e exterior) dos enunciados

memes, mas sabemos que a compreensão ocorre de maneira ampla, dinâmica. Não podemos ficar restritos à análise da imagem e/ou do fragmento verbal que a acompanha, de modo isolado, porque existem informações dentro dos enunciados meme que estão veladas, aguardando a mobilização dos conhecimentos do leitor (usuários da rede social) quanto ao que está fora da materialidade do meme, no contexto extraverbal (VOLÓCHINOV, 2019), mas que o compõe indissolivelmente.

Dito isso, é preciso que pensemos como os memes BF articulam os conhecimentos de mundo dos sujeitos, mais particularmente do Brasil. As publicações contam com a familiaridade dos seguidores da página com os assuntos abordados para que o humor contido nesses enunciados seja melhor compreendido. Sem essa mobilização da relação existente entre a temática do meme e, por exemplo, os enunciados jornalísticos que cobrem escândalos do governo, os memes têm seu sentido reduzido, assim como sua ironia perde o caráter cômico, tão latente nesses enunciados.

Isso ocorre porque aquilo que está no extraverbal não é apenas uma informação situada fora dos limites do enunciado, fora da linguagem, mas sim intrínseca ao todo que o compõe – uma exterioridade que vive e pulula a interioridade. Assim, compreendemos que “[...] a situação extraverbal não é em absoluto uma simples causa externa do enunciado, ou seja, ela não age sobre ele a partir do exterior, como uma força mecânica. Não, *a situação integra o enunciado como uma parte necessária da sua composição semântica*” (VOLÓCHINOV, 2019, p. 120).

Ainda sobre a Figura 31, o enunciado verbal que nela aparece foi muito utilizado no momento em que ocorriam as campanhas eleitorais de 2018, produzidas por páginas e compartilhadas por usuários que apoiavam Bolsonaro e se contrapunham ao Partido dos Trabalhadores (PT). Dentre as várias postagens que utilizavam esses dizeres, selecionamos a que segue, a fim de discutirmos sobre sua relação com o meme e o porquê da retomada desse enunciado em específico.

Figura 52 – Valores morais e éticos

Fonte: *Facebook*⁹⁷

A Figura 52 apresenta como fundo um céu azul claro e a Bandeira do Brasil, que nos passa a ideia de que a mesma está tremulando. A cor azul remete à calma, ao céu que está livre de tempestades, ou seja, cria uma atmosfera de que tudo está bem (como na expressão popular “tudo azul”, que significa que as coisas fluem com tranquilidade). Sobreposta a essa imagem, encontramos o mesmo enunciado da Figura 31, em uma fonte destacada e na cor branca, o que confere maior legibilidade ao texto.

Com relação à bandeira, ao fundo da Figura 52, destacamos a sua função de signo ideológico. A bandeira brasileira foi, a partir de 2016, sendo atrelada a grupos conservadores, de direita, que tomaram para si esse signo para demonstrar o que consideram como brasileiro. Desse modo, infere-se os grupos que se opõem à direita não são considerados como brasileiros e, portanto, não são cidadãos de bem, assim como não possuem “valores éticos e morais”, em paráfrase ao meme. Inclusive, durante as eleições

⁹⁷

Disponível

em:

<<https://www.facebook.com/259806121241199/photos/a.259808217907656/260078804547264/?type>>. Acesso em 14 out. 2019.

2018, o enunciado “Nossa bandeira jamais será vermelha” foi muito utilizada por bolsonaristas para marcarem o antipetismo, já que o vermelho é a cor dos *Partido dos Trabalhadores*, assim como do comunismo. Temos, desse modo, a contraposição da bandeira verde amarela e da bandeira vermelha, que são associadas a grupos distintos e que marcam o embate entre diferentes ideologias políticas.

Façamos uma breve análise desse enunciado verbal: as palavras “*cúmplice*” e “*bandido*” nos remetem ao sentido de crime, sendo que nesse contexto, o adjetivo “*bandido*” faz referência aos políticos, pela evocação da premissa que se arraigou no imaginário social de que as pessoas que se vinculam à política tendem a ser corruptas e a usar o dinheiro público de forma ilícita. Ao mencionar “*partido corrupto*”, existe aqui uma referência sobre o *Partido dos Trabalhadores* (PT), associação que é feita da mesma maneira no exemplo que acabamos de mencionar: a mídia e os partidos de oposição, principalmente durante os últimos anos que compreenderam a era petista no país, atrelaram a imagem do PT com a corrupção, por conta de escândalos como o Mensalão, e por ser o partido com maior número de investigações na Lava Jato.

Desse modo, o enunciado que aparece tanto na Figura 51 quanto na Figura 52 mostra a afirmação de um bolsonarista de que é preferível votar em Bolsonaro e se arrepender, do que apoiar a corrupção do PT. Além disso, há a menção dos “*valores éticos e morais*”, conceitos propagados pela campanha de Bolsonaro e caros para pessoas de tendência mais conservadora, menção que aparece nesse caso com o intuito de estabelecer, de acordo com os bolsonaristas, uma oposição entre esses valores e o PT, em uma relação de antagonismo.

O dialogismo reside e pode ser identificado na soma de tudo o que aqui expusemos. A página *Barbie e Ken Cidadãos de Bem* veicula o meme com a imagem da Barbie usando cocaína para fazer alusão aos próprios bolsonaristas, o que pode ser comprovado pelo casaco de peles, peça que demonstra que ela tem poder aquisitivo elevado. Além disso, o enunciado verbal apresentado é retirado de postagens e do discurso dos próprios sujeitos bolsonaristas, marcado por aspas (concedendo o tom irônico) e explicitando a crítica feita pela página à contradição do voto em Bolsonaro para evitar a corrupção, apesar dos escândalos de seu governo, nesse caso, com envolvimento de um avião presidencial com droga ilícita.

De fato, o ato discursivo, ou mais precisamente o seu produto – o enunciado – de modo algum poder ser reconhecido como um fenômeno

individual no sentido exato dessa palavra, e tampouco pode ser explicado a partir das condições psicoindividuais e psíquicas ou psicofisiológicas do indivíduo falante. O *enunciado é de natureza social* (VOLÓCHINOV, 2017, p. 200).

Comprova-se, assim, a natureza social do enunciado, que só é dotado de sentido e passa a integrar a vida na interação entre sujeitos que participam, de diferentes formas, da rede discursiva.

3.3 O riso que destrona, a ironia que resiste

O riso abre cancelas, torna o caminho livre.
(Bakhtin, 2011, p. 370)

Por meio do riso e da ironia, os memes da Barbie Fascista expressam as valorações do grupo social e repercutem as vozes sociais que se opõem ao bolsonarismo. Bakhtin (bem como os estudiosos de seu Círculo), por uma óbvia questão cronológica, não previu ou estudou os memes, mas podemos fazer uso de seu estudo sobre a obra de François Rabelais, em que se debruçou sobre as festividades populares na Idade Média, para compreender o riso como crítica social provocado pelos enunciados memes. As festas e cerimônias populares da Idade Média, como por exemplo o Carnaval, retratadas nas obras de Rabelais, provocavam, de acordo com Bakhtin (2010), um riso que abalava as oficialidades da época.

O verdadeiro riso, ambivalente e universal, não recusa o sério, ele purifica-o e completa-o. Purifica-o do dogmatismo, do caráter unilateral, da esclerose, do fanatismo e do espírito categórico, dos elementos de medo ou intimidação, do didatismo, da ingenuidade e das ilusões, de uma nefasta fixação sobre um plano único, do esgotamento estúpido. O riso impede que o sério se fixe e se isole da integridade inacabada da existência cotidiana. Ele restabelece essa integridade ambivalente (BAKHTIN, 2010, p. 105).

Os memes da Barbie Fascista são enunciados que visam criticar tanto a candidatura quanto o governo de Jair Bolsonaro, bem como seus eleitores e apoiadores. Elaborados com ironia, com o uso das frases ditas pelos próprios bolsonaristas em junção com fotos de bonecas Barbie que sorriem de forma a remeter alienação, os memes provocam o riso dos internautas que também compactuam com a orientação política das páginas (anti-bolsonaristas), em uma maneira de posicionar-se contra à oficialidade que se impõe no Brasil com o governo de extrema direita.

Compreendemos a ironia dos memes como um recurso linguístico que faz uso da voz do outro para ridicularizar, o que revela a bivocalidade desses enunciados. Assumimos a ironia “[...] como categoria estruturadora de texto, cuja forma de construção denuncia um ponto de vista, uma argumentação indireta, que conta com a perspicácia do destinatário para concretizar-se como significação”, proposta feita por Brait (2008, p. 17) que pensa esse recurso linguístico por uma perspectiva polifônica.

Por esse enfoque, as formas de construção, manifestação e recepção do humor, configurado ou não pela ironia, podem auxiliar o desvendamento de momento ou aspectos de uma dada cultura, de uma dada sociedade. O deslindamento de valores sociais, culturais, morais ou de qualquer outra espécie parece fazer parte da natureza significativa do humor. Assim sendo, uma manifestação humorística tanto pode revelar a agressão a instituições vigentes quanto aspectos encobertos por discursos oficiais, cristalizados ou tidos como sérios (BRAIT, 2008, p. 15).

Assim, ao veicular com traço caricatural os eventos reais e sérios que envolvem o governo Bolsonaro, os memes BF se constituem como um importante artefato histórico e cultural da sociedade brasileira contemporânea. De acordo com Bakhtin (2002), na Idade Média e no Renascimento, o riso era classificado como um fenômeno negativo, presente somente em gêneros inferiores, poucos prestigiados, já que não condizia com temas sérios. Com isso, havia uma dualidade marcada na época, expressa pela existência da cultura oficial, ditada pelo pensamento religioso e pela estrutura feudal, que instaurava o tom sério, e pelas manifestações da cultura popular, que provocavam o riso nas mais variadas formas: por paródias, pelos bufões, pelos palhaços, enfim, pela festa do carnaval – “segunda vida do povo” (BAKHTIN, 2002, p. 7).

O carnaval era um período de libertação, de apagamento das hierarquias tão marcadas da sociedade feudal. Os dogmas impostos pela religiosidade eram provisoriamente esquecidos, mas não completamente, visto que algumas comemorações da festa ocorriam como paródias dos cultos. O carnaval exercia uma importância significativa na vida da sociedade medieval e podia durar até mesmo meses, em que tudo era vivido como cômico e ambivalente, pois o riso desse momento festivo pertencia e atingia a todos (BAKHTIN, 2002). Em um período em que a vida ficava às avessas, em que as posições sociais pouco importavam, o homem tinha a possibilidade de se perder em personagens que eram encarados como reais durante as festividades, de vivenciar o humanismo em sua mais autêntica forma e de vivenciar o ideal utópico.

Assim, na tentativa de estabelecer um paralelo, podemos pensar que o riso carnavalesco sobre o qual Bakhtin dissertou se assemelha ao riso provocado pelos memes da Barbie Fascista, que é propiciado pela ironização e escárnio de figuras políticas importantes, de situações sérias e das hierarquias impostas pelas diferenças das classes sociais. A interação discursiva entre os internautas evidencia as contradições do cotidiano, possibilita réplicas e explicita o embate de vozes sociais. Nos memes, o embate é permeado pela ironia, que ridiculariza situações/sujeitos e, com isso, provoca o riso.

Qualquer que seja a dimensão da ironia – frasal ou textual – desencadeia-se um jogo entre o que o enunciado diz e o que a enunciação faz dizer, com objetivos de desmascarar ou subverter valores, processo que necessariamente conta com formas de envolvimento do leitor, ouvinte ou espectador (BRAIT, 2008, p. 140).

Os memes são publicados, curtidos e comentados por sujeitos com lugares de fala específicos, que por meio de uma resposta resistente ao governo, reverberam suas vozes sociais.

4 IMAGINATION, LIFE IS YOUR CREATION! Antipetismo, militância e antifeminismo em memes da Barbie Fascista

O presente capítulo compreende o trabalho analítico dos enunciados meme selecionados em nosso *corpus*. A organização se deu a partir das três categorias de análise criadas e expostas no capítulo de método: Barbie Antipetista, Barbie Antifeminista e Barbie Militante. Analisamos dois memes em cada um dos itens, coletados nas páginas *Barbie Fascista* e *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*.

No subitem 4.1, intitulado *Barbie Antipetista em “O PT quase destruiu a minha vida”*, analisamos como o antipetismo é explicitado por alguns memes da Barbie Fascista, e como esses enunciados nos permitem compreender sobre a situação política brasileira no período durante as eleições de 2018 e após a eleição de Jair Bolsonaro. Cientes de que todo enunciado é elo na cadeia discursiva e é pleno em tonalidades dialógicas (BAKHTIN, 2011), não podemos desconsiderar os acontecimentos políticos desde 2016, com o *impeachment* de Dilma Rousseff. Portanto, por compreendermos a estreita relação entre os fatos de 2016 e as eleições 2018, retomaremos quando necessário alguns assuntos já abordados em nosso capítulo de contexto.

O antipetismo explicitado nos dois memes demonstra a polarização e o embate entre anti-petistas e anti-antipetistas (RIBEIRO, 2018). No primeiro meme analisado, o signo ideológico “resistência”, utilizado por grupos contrários a eleição de Bolsonaro, é ressignificado de modo a criticar o posicionamento político dos bolsonaristas. Em resposta, bolsonaristas ridicularizam a questão da resistência em outros enunciados meme, que trazemos como cotejo. O segundo meme aborda sobre a liberação do porte de armas, pauta defendida por Bolsonaro e seus apoiadores.

Em 4.2, subitem intitulado *Barbie Militante em “Acabou a mamata”*, elegemos dois memes que abordam sobre temas sociais. O primeiro meme nos permite refletir sobre as disparidades das classes sociais no Brasil, por meio de uma afirmação da Barbie sobre a popularização do ensino superior no país. Enquanto isso, no segundo meme, Barbie declara aquiescência com a Reforma da Previdência e sugere a Previdência Privada como solução para todos os brasileiros. Como cotejo, utilizamos o vídeo *Entrevista com a Barbie Fascista real*, do canal *Matando Matheus a grito*, do YouTube, entrevista fictícia em que a personagem aborda, assim como nos memes escolhidos, sobre questões sociais como educação e Previdência Social.

No último subitem, elegemos dois memes em que a Barbie Fascista se declara contrária ao feminismo. Motivados por diversos memes das páginas *Barbie Fascista* e *Barbie e Ken Cidadãos de Bem* com essa temática, intitulamos o subitem 4.3 como “*Eu não preciso do feminismo*”, a partir de uma declaração muito comum entre mulheres conservadoras. Os dois memes selecionados demonstram a opinião de grupos sociais distintos sobre a “mulher feminina” e a “mulher feminista”. O cotejo foi realizado com outra postagem coletada no *Facebook*, e também com o filme *Mulheres Perfeitas* (2004).

4.1 Barbie Antipetista em “O PT quase destruiu a minha vida”

Assim como já mencionamos anteriormente neste trabalho, as eleições ocorridas em 2018 tiveram como diferencial, se comparadas às eleições anteriores, o uso expressivo das redes sociais como um espaço de debates e exposição de opiniões políticas. No *Facebook*, além das postagens e curtidas, os usuários conseguem expressar suas opiniões por meio de filtros e temas em suas fotos pessoais. Os temas consistem em frases curtas e/ou desenhos que se sobrepõem à foto de perfil (também chamada de avatar), geralmente em cores chamativas e letras destacadas, para facilitar a visualização. Assim, os usuários se identificam com o tema e o aplicam em suas fotos como uma espécie de adesivo, para demonstrar seu posicionamento.

As temáticas desses filtros são variadas e alguns surgem em épocas específicas, como por exemplo, os filtros comemorativos de dia das mães, dia dos pais, Natal, Ano Novo, além daqueles que são relacionados a competições esportivas, como campeonatos de futebol e Olimpíadas (como ilustrado na Figura 53). Os filtros podem ser compreendidos como uma maneira que os internautas encontram para afirmar suas ideologias, uma forma para identificarem e se aproximarem de pessoas que tenham posicionamentos semelhantes aos seus. Assim, encaramos os filtros como objetos interessantes de análise, visto que se tratam de enunciados impregnados de valorações e, assim sendo, demonstram como os grupos sociais se comportam pela linguagem em determinado horizonte ideológico. Isso pode ser ainda justificado por Volóchinov (2017, p. 253) ao afirmar que “a língua não reflete oscilações subjetivo-psicológicas, mas inter-relações sociais estáveis dos falantes”.

É por isso que todas as ênfases ideológicas, embora feitas por uma voz individual (por exemplo, na palavra) ou por qualquer organismo individual, são ênfases sociais, que pretendem o *reconhecimento social*,

e apenas em prol desse reconhecimento são realizadas no exterior, no material ideológico (VOLÓCHINOV, 2017, p. 111).

Assim, os usuários aplicam os filtros em suas fotos em uma manifestação de sua individualidade, mas que não se separa e nem pode ser separada da coletividade, já que todas as manifestações feitas por meio da linguagem exprimem valores sociais e estão permeadas por eles.

Figura 53 – Exemplo de filtro de perfil, do Facebook



Fonte: *TechTudo G1*⁹⁸

Os temas políticos também são populares entre os usuários do *Facebook*, principalmente em períodos próximos a eleições. Em 2018, desde o início do período eleitoral, os filtros de Ciro Gomes (PDT), Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL), dentre outros candidatos à Presidência da República naquele momento, estampavam as fotos de milhares de pessoas na rede social. Logo após Jair Bolsonaro ter sido declarado como presidente eleito, o filtro que trazia os dizeres *Se fere minha existência eu serei resistência* “viralizou” na rede entre os eleitores contrários ao resultado das urnas.

⁹⁸ Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2016/08/facebook-homenageia-rio-2016-com-moldura-para-perfil-e-mascara-no-msqrd.htm>>. Acesso em: 23 jan. 2021.

Figura 54– Filtro Se fere minha existência

Fonte: *Google Imagens*⁹⁹

Conforme podemos ver na Figura 54, o enunciado verbal aparece no filtro em letras maiúsculas e brancas, em destaque ao fundo preto. Há um círculo no meio, que corresponde ao local em que a foto de perfil será encaixada para que o filtro possa ser utilizado. As cores são sóbrias, o preto remete ao luto e marca a seriedade do enunciado e daquilo que está sendo afirmado pelos eleitores que se propõem a resistir ao novo governo e o encaram como uma ameaça a sua existência, conforme podemos apreender pelo emprego do verbo “ferir” e da palavra “resistência”.

Esse mesmo enunciado foi reproduzido em diversas outras postagens e ampliado de variadas formas, como podemos observar na Figura 55, retirada de uma página do *Facebook* nomeada a partir desse enunciado. A proposta da página é a de reunir seguidores e apoiadores do movimento político e social *LGBTQIA+*. Durante a campanha eleitoral, foram divulgados vídeos de Bolsonaro ao dar declarações¹⁰⁰ sobre

⁹⁹ Disponível em: <https://www.google.com/search?q=se+ferer+minha+exist%C3%Aancia+eu+serei+resist%C3%Aancia&tb=isch&ved=2ahUKEwjRouH7x9jvAhXZjJUCHdtUAMcQ2cCegQIABAA&oeq=se+ferer+&gs_lcp=CgNpbWcQARgDMgQIIxAnMgQIIxAnMgIIADIECAAQHjoECAAQQzoICAAQsQMgQwE6BQgAELEDOgYIAAFEB5QtQZYyhg7TJoAHAeACAAbiBiAHeCJIBAzAuOJgBAKABAaoBC2d3cy13aXotaW1nwAEB&scint=img&ei=nWJjYJFg2ZnWxA_bqYG4DA&bih=656&biw=1366#imgcr=55PXafyEzPzZgM>. Acesso em: 23 jan. 2021.

¹⁰⁰ “11 Frases polêmicas de Bolsonaro”, disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/veja-11-frases-polemicas-de-bolsonaro.shtml>>. Acesso em 23 jan. 2021.

homossexualidade, gravados em momentos diversos ao longo dos anos em que atuou como figura política. Essas declarações repercutiram negativamente na parcela da sociedade contrária à figura de Bolsonaro, o que desencadeou manifestações que previam resistência ao seu governo.

Figura 55 – Eu serei resistência



Fonte: Facebook¹⁰¹

A Figura 55 é um exemplo de enunciado que se apropriou da mensagem veiculada pelo filtro para demonstrar sua consonância com o movimento de resistência ao novo governo que, de acordo com o enunciado, fere a existência da diversidade. Conforme vemos na figura, o arco-íris, símbolo (e signo ideológico) *LGBTQIA+*, aparece para demarcar a concordância dos sujeitos membros do movimento, assim como as figuras pequenas de pessoas em diversas cores, que têm a mesma função de explicitar o apoio a diversidade de gêneros e identidades. Portanto, nessa imagem, os sujeitos *LGBTIA+* são os sujeitos que resistem, que se opõem à figura de Bolsonaro, referenciado como “Ele Não” e a quem se atribui a ação de “ferir existências”.

¹⁰¹Disponível

<<https://www.facebook.com/Resistx2/photos/a.536417433486850/536417736820153/>>. Acesso em: 23 jan. 2021.

em:

Um traço característico dos memes BF é o de ressignificar enunciados que viralizaram nas redes ou nas mídias. O enunciado “Se fere minha existência eu serei resistência” motivou um meme protagonizado pela Barbie, que foi postado pela página *Barbie e Ken Cidadãos de Bem* em 04 de novembro de 2018, data posterior ao resultado das eleições.

Figura 56– Meme Se Fere a minha crença



Fonte: *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*¹⁰²

Na Figura 56, vemos que o filtro foi atualizado para ser transformado em meme da Barbie Fascista e simula que ela o utiliza em sua própria foto de perfil do *Facebook*. A estrutura circular do filtro é mantida, assim como a cor preta continua predominante, como no filtro original apresentado anteriormente na Figura 54. Com relação ao enunciado verbal, a modificação ocorre apenas pela substituição da palavra “existência” por “crença”. Assim, tanto a composição estética, ou seja, o visual, quanto o verbal desse meme remetem imediatamente ao enunciado do filtro que foi lançado como forma de oposição ao governo e à figura de Jair Bolsonaro. Chamamos a atenção para isso por nossa proposta de análise contemplar as três dimensões da linguagem, ou seja, por

¹⁰²

Disponível em:
<<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1917191568536868/2185614988361190>>. Acesso em: 14 jun. 2019.

considerarmos a verbivocovisualidade da linguagem, conforme proposto por Paula (pesquisa em andamento).

Ainda que não tenham sido feitas alterações expressivas que modificassem por completo a construção linguística do enunciado verbal, sabemos também não se tratar de uma apropriação total, sobretudo porque compreendemos que cada enunciado é singular, é um elo irrepetível e se constitui como uma resposta dentro da cadeia infindável do discurso (BAKHTIN, 2011). O meme faz o empréstimo do enunciado do filtro para estabelecer com ele uma relação de paródia e de ironia, que visa criticar os eleitores bolsonaristas e as pessoas que defendem a crença acima de outros fatores da sociedade, como por exemplo a laicidade do Estado. Além disso, devemos considerar que

Quase toda palavra da nossa língua pode ter várias significações a depender do sentido geral do todo do enunciado. O sentido depende por inteiro tanto do ambiente mais próximo, gerador imediato do enunciado, quanto de todas as causas e condições sociais mais longínquas da comunicação discursiva (VOLÓCHINOV, 2019, p. 283).

Assim como no meme, é comum que esse tipo de atualização aconteça em enunciados que se valem da ironia como estratégia discursiva e em que um lexema muda todo o sentido da frase. Isso ocorre porque “[...] um determinado termo ou uma determinada frase, dependendo de seu espaço de realização, atualizará elementos que autorizam diferentes significações, ou mesmo significações contraditórias, como é o caso da ironia” (BRAIT, 2008, p. 43).

Além disso, no caso em questão, tanto “resistência” quanto “crença” abrigam em si axiologias, ou seja, são signos ideológicos que possuem significados diferentes para classes sociais distintas e que, por isso, possibilitam muitas ressignificações. “O que isso significa? Apenas que [...] *em um mesmo signo refletem-se e revelam-se diferentes relações de classe*” (VOLÓCHINOV, 2019, p. 314). Nas Figuras 54 e 55, resistência tem o sentido e a valoração positiva, de embate contra opressão, de posicionamento responsivo frente ao novo governo. Enquanto isso, para grupos favoráveis ao bolsonarismo, a resistência foi ridicularizada e vista pejorativamente, conforme exemplificaremos adiante. É preciso pensar no sujeito que resiste e para quem é direcionada essa resistência, que se estabelece enquanto outro.

No meme da Barbie Fascista (Figura 56), “existência” foi substituído por “crença”, o que revela, de acordo com a visão da página que cria os memes, que a religiosidade tem prioridade em relação à existência para os bolsonaristas. É possível

estabelecermos um paralelo com o slogan de campanha de Jair Bolsonaro, *Brasil acima de tudo, Deus acima de todos*, e a escolha da palavra “crença”: Bolsonaro é atrelado a figuras religiosas, sobretudo de igrejas evangélicas, e recebeu apoio de pastores como Magno Malta (senador entre 2003 e 2019, pelo PR-ES) e Silas Malafaia. Na época da eleição presidencial, o Instituto Datafolha divulgou que 48% dos evangélicos no Brasil votariam em Jair Bolsonaro¹⁰³. Destacamos que Bolsonaro também é conhecido como “mito” e por “Messias”, por conta de uma associação feita por seus apoiadores de seu segundo nome (Jair Messias Bolsonaro) com a figura de salvador da pátria, uma alusão a Jesus Cristo, o Messias¹⁰⁴.

Pensemos agora na ambivalência do meme: crença, para os apoiadores de Jair Bolsonaro, bem como para pessoas religiosas, teria um valor positivo. Para um internauta pertencente ao grupo bolsonarista e/ou religioso que desconheça a Barbie Fascista, esse mesmo meme poderia ser recebido com aprovação e concordância. Contudo, a proposta da página com a publicação é a de criticar a postura de quem coloca a crença acima da existência, por ser compreendido como um posicionamento intolerante, autoritário.

Essa ambivalência, ou ainda, essa múltipla possibilidade de compreensão do meme, é possibilitada sobretudo pela ironia presente no enunciado, construída pela escolha de elementos que atribuem leveza ao meme, ainda que este aborde sobre um tema sério. A foto de uma Barbie sorridente, que veste tons de pink em alusão à feminilidade, corrobora a ironia, a comicidade e a crítica tecida. Isso pode ser explicado por Brait (2008, p. 138) ao afirmar que “a dupla leitura mobilizada por um enunciado irônico envolve formas de interação entre os sujeitos, bem como a relação com o objeto da ironia e com as estratégias linguístico-discursivas que põem em movimento o processo”. A associação estabelecida entre Barbie com eleitores bolsonaristas, assim transformada em Barbie Fascista, é feita pelos usuários seguidores da página de memes que compactuam com o conteúdo publicado.

Voltemo-nos agora ao visual dos enunciados, tanto do filtro quanto do meme. Para melhor visualização do leitor, fizemos uma colagem de ambos e os apresentaremos novamente. A análise do enunciado como um todo, de todas as suas dimensões (verbal,

¹⁰³ Metade dos evangélicos vota em Bolsonaro, diz Datafolha. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/metadedosevangelicovotaebolsonarodizdatafolha.shtml>>. Acesso em: 23 jan. 2021.

¹⁰⁴ A palavra Messias, do hebraico “mashiah”, originalmente significava “o ungido”. Com o passar dos tempos, foi ressignificada e passou a ser utilizada para fazer referência a uma figura semidivina que viria para a Terra salvar os homens.

visual e vocal), nos é cara por acreditarmos não ser possível desmembrá-las, independente da materialidade desse enunciado e de como este está semiotizado, conforme proposto por Paula (em andamento) com sua pesquisa sobre verbivocovisualidade, assim como em Paula (2017), Paula e Serni (2017) e Paula e Luciano (2020).

Figura 57 – Montagem Eu serei resistência



Fonte: Elaboração nossa

No filtro original, à esquerda da Figura 57, o fundo preto, conforme mencionamos, remete ao luto, à sobriedade. O enunciado verbal, que contorna o espaço reservado para encaixar a foto, aparece em letras maiúsculas e na cor branca, o que confere maior destaque e legibilidade por estar em sobreposição ao fundo preto. No meme, disposto à direita da montagem, também há um fundo preto no filtro, a maior parte do enunciado verbal está em branco, com exceção da palavra “crença” e do enunciado “PT Não”, que é acrescentado em uma faixa ao final do filtro.

Assim, ao visualizarmos “crença” e “PT Não” em vermelho, depreende-se que a valoração positiva existente em crença para os bolsonaristas é ameaçada pelo Partido dos Trabalhadores. Os lexemas estão dispostos na imagem em uma relação de oposição na imagem, na diagonal, o que nos leva a ler primeiro aquilo que está em vermelho, por ser uma cor mais chamativa quando comparada ao preto e ao branco. Portanto, primeiro fazemos a leitura de “crença” e, em seguida, de “PT não”, ou seja, imprime-se a ideia de que a Barbie Fascista, enquanto eleitora bolsonarista, considera que as ideologias petistas (e também da esquerda) se constituem como ameaça aos seus valores cristãos. O meme critica ainda, assim como no enunciado meme “*O PT quase destruiu a minha vida*”

(Figura 2) e em outros divulgados pelas páginas analisadas, a recorrência de argumentos como “PT Não”/ “É tudo culpa do PT”/ “Tudo menos o PT” para justificar que os problemas do país foram ocasionados durante os governos petistas.

Voltemos nosso olhar para o significado das cores: de acordo com Eva Heller (2013), uma regra básica sobre o efeito das cores consiste em observar que o significado positivo de uma cor tende a ser modificado para o seu oposto quando combinada ao preto. Assim, o vermelho que representa o amor, se acompanhado da cor preta, tem seu sentido transformado em ódio.

Do amor ao ódio – o vermelho é a cor de todas as paixões, as boas e as más. Por detrás do simbolismo está a experiência: o sangue se altera, sobe à cabeça e o rosto fica vermelho, de constrangimento ou por paixão, ou por ambas as coisas simultaneamente. Enrubescemos de vergonha, de irritação ou por excitação. Quando se perde o controle sobre a razão, “vê-se tudo vermelho” (HELLER, 2008, p. 103).

A partir do exposto, podemos refletir acerca da escolha do vermelho para compor o meme da Figura 56. Sabemos que, desde 2013, o Brasil passa por um movimento de polarização política, marcado pelo embate entre *antipetistas* e *anti-antipetistas*, como nomencla Ribeiro (2018). O vermelho simboliza no meme o ódio ao PT, sentimento esse que ganhou, sobretudo no segundo mandato de Dilma Rousseff até seu *impeachment*, assim como nas eleições presidenciais de 2018, uma proporção que alterou os rumos políticos do país. O vermelho é a cor do Partido dos Trabalhadores, é também “[...] a cor da revolução, dos comunistas e da esquerda”, além de ser a “cor da imposição, a cor propícia para dizer não” (GUIMARÃES, 2004, p. 119), informações essas que nos auxiliam a compreender como o meme retratou, até mesmo na escolha de cores, o antipetismo escancarado. Apesar do ódio, Barbie aparece sorridente, o que comprova como a ironia compõe esse enunciado.

Assim, compreende-se que a luta entre classes sociais, protagonizada por grupos que participaram da polarização política das eleições de 2018 (direita *versus* esquerda, bolsominions *versus* petralhas), é evidenciada pelos memes BF, que explicitam a ação das forças centrípetas e centrífugas no discurso, em um movimento de ação e reação. Uma mesma palavra (reiteramos, entendida amplamente enquanto signo ideológico, como para Volóchinov [2017, 2019]) pode ser encarada de maneiras contrárias e contraditórias, distintas dependendo do grupo que a utiliza e que a preenche com suas valorações. Por essa razão,

Nenhuma palavra reflete de modo absolutamente preciso (“objetivo”) o seu objeto, o seu conteúdo. A palavra não é uma fotografia daquilo que ela significa. A palavra é um som significante, emitido ou pensado por uma pessoa real em um determinado momento da história real, e que é, portanto, um enunciado inteiro ou uma parte dele, seu elemento. Fora desse enunciado vivo, a palavra só existe nos dicionários, mas lá ela é uma palavra morta, mero conjunto de linhas retas ou semicirculares, marcas de tinta tipográfica nas folhas de um papel em branco (VOLÓCHINOV, 2019, p. 314).

Como havíamos mencionado, as manifestações e postagens que se referiam à resistência e oposição ao governo Bolsonaro foram ridicularizadas em postagens diversas. Seleccionamos duas dentre as várias disponíveis na internet, que foram coletadas a partir do Google Imagens, ao digitarmos o enunciado “Se fere minha existência serei resistência”, que nos redirecionou a outros sites (referenciados em notas de rodapé).

Figura 58 – Meme Tomarei sua residência



Fonte: *Google Imagens*¹⁰⁵

No enunciado meme da Figura 58, a figura de Guilherme Boulos aparece no centro da imagem, de braços cruzados, expressão corporal que remete a preguiça, ociosidade. Em caixa alta, o enunciado verbal “Se fere minha existência tomarei sua residência” aparece na parte superior e inferior do meme, na cor branca, em destaque. A ironia desse enunciado reside na paráfrase feita a “Se fere minha existência serei resistência”, e que

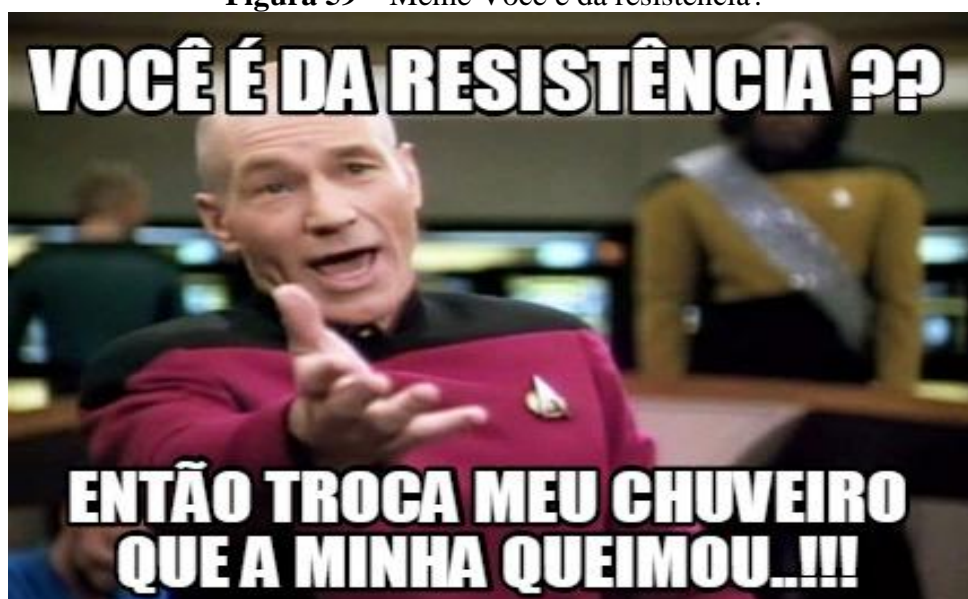
¹⁰⁵

Disponível em: https://www.reddit.com/r/brasilivre/comments/9vffcc/se_fere_minha_exist%C3%Aancia/. Acesso em: 23 jan. 2021.

se vale da sonoridade semelhante das palavras “resistência” e “residência” para criar o efeito de sentido cômico, que retoma à memória e atualiza o enunciado.

Além disso, a ironia também está presente ao relacionarmos a presença de Boulos no meme. Guilherme Boulos é membro da Coordenação Nacional do Movimento dos Trabalhadores Sem Teto (MTST) e uma figura de destaque da esquerda no Brasil. Assim, cientes da biografia de Boulos e do fato de que o MTST é visto com preconceito por grupos de direita e mais conservadores, compreende-se que a ironia ressignifica o enunciado que a princípio era veiculado pela esquerda como resistência e o ridiculariza. Em “tomarei sua residência”, o projeto de dizer com valor negativo à Boulos, ao MTST e à esquerda é evidenciado, pois sugere que o movimento (referenciado pela figura de Boulos na imagem) tem a conduta de invadir propriedades privadas, já ocupadas para se apoderar, o que adquire até mesmo o valor equivalente ao de roubo.

Figura 59 – Meme Você é da resistência?



Fonte: *Meme Creator*¹⁰⁶

Assim como o meme apresentado na Figura 58, a Figura 59 apresenta outro meme, com o mesmo propósito de ridicularizar e conferir significado pejorativo ao signo “resistência”. Neste caso, o meme apresenta a pergunta “Você é da resistência?” na parte superior da imagem e, logo abaixo, a resposta “Então troca meu chuveiro que a minha queimou”, em referência à peça metálica que esquentava a água do chuveiro, e não à atitude de resistência como oposição política. Desse modo, o valor semântico da palavra

¹⁰⁶ Disponível em: <<https://www.memecreator.org/meme/voc-da-resistencia-ento-troca-meu-chuveiro-que-a-minha-queimou/>>. Acesso em: 23 jan. 2021.

“resistência” e seus múltiplos significados é utilizado nesse meme para estabelecer uma relação de ambiguidade, estranhamento e comicidade. Ao lermos a pergunta, somos remetidos ao significado desse signo enquanto não submissão, com o mesmo sentido da resistência no filtro da Figura 54. Mas assim que terminamos a leitura do meme, compreendemos se tratar de uma piada feita com a palavra.

De acordo com Paula e Oliveira (2019), em artigo que discorre sobre a questão da plurivalência do signo “resistência”, em uso nas redes sociais, pode-se afirmar que

O signo ideológico, nesse cenário, é, como aponta Volóchinov, o palco/arena em que as noções de justiça, bem, ética, verdade, cidadania, entre outras, são atingidas pelas visões de mundo e pelos juízos de valor dos sujeitos. A ideia de resistência passa pelo mesmo processo, que revela a divisão não apenas de posicionamentos, mas, por conta das diferenças que agrupam ou separam os sujeitos, dadas suas identificações ou repulsas, a divisão de uma nação (PAULA; OLIVEIRA, 2019, p. 369).

Assim, podemos compreender que tanto o enunciado do filtro (Figura 55), quanto o meme da Barbie Fascista (Figura 56) e os outros dois memes-resposta que trouxemos como cotejo (Figuras 58 e 59) demonstram como “a palavra está sempre repleta de conteúdo e de significação ideológica ou cotidiana” (VOLÓCHINOV, 2017, p. 181) e a veracidade dessa afirmação. Enunciados inseridos em um determinado contexto político, produzidos para um determinado espaço social (o da rede social), interagem e se colidem na teia discursiva, ressonando a dialogia inerente da linguagem (BAKHTIN, 2011). A partir de enunciados que, aparentemente, podem parecer apenas cômicos, ajudam a revelar e retratar a política brasileira e como cada signo adquire um valor diferente para os diferentes grupos que interagem nas redes sociais.

Ao dizer que certas palavras são verdadeiras ou falsas, justas ou tendenciosas, sensatas ou insensatas, profundas ou superficiais, fazemos juízo não em relação às próprias palavras, mas à *realidade* que é refletida e refratada nas palavras-signos. É justamente por isso que *uma mesma palavra*, quando dita por pessoas de diferentes classes, refletirá também diferentes olhares, expressará diferentes pontos de vista, mostrará diferentes relações com a mesma realidade, com o mesmo fragmento da existência, que é o tema dessa palavra (VOLÓCHINOV, 2019, p. 316).

O próximo meme analisado (Figura 60) simula uma postagem de autoria da própria Barbie Fascista, como se ela o tivesse publicado em suas redes sociais, assim

como o meme da Figura, que parece ser uma fotografia retirada do perfil dela, ao usar o filtro com os dizeres *Se fere minha crença*.

Figura 60 – Meme Pelo direito de me defender pelo direito de me defender!!!! pelo direito de me sentir segura dentro da minha própria casa!! somos cidadãos de bem!! #CHEGA #PTNUNCAMAIS #ELESIM #B17



Fonte: *Barbie Fascista*¹⁰⁷

Analisemos o nível visual desse enunciado, ou seja, sua parte não-verbal. A Barbie Fascista aparece com vestido e bolsa em tons de *pink*, com o cabelo loiro platinado e liso, maquiada com batom rosa claro. A recorrência dos tons de rosa nas imagens de Barbie promove a ideia da feminilidade, da doçura, características que a *Mattel* buscou atrelar ao brinquedo desde sua criação, como abordamos no primeiro capítulo deste trabalho. De acordo com Eva Heller (2013, p. 397), “existem sentimentos e conceitos que só se podem descrever pelo rosa. E todos os sentimentos que pertencem ao rosa são positivos – o cor-de-rosa é, na verdade, a única cor a respeito da qual ninguém pode dizer nada de negativo”.

Em contrapartida, vemos que essa mesma Barbie Fascista sorridente, que transmite meiguice, segura em suas mãos uma arma, não uma de baixo calibre, permitida

¹⁰⁷ Disponível em: <<https://www.facebook.com/barbiefascista/photos/2129179070664780>>. Acesso em: 14 jun. 2019.

para o uso de civis, mas um fuzil, que tem alto poder de destruição e é usada por forças militares. Assim, a contradição e ironia começam a ficar evidentes nesse enunciado ao percebermos a incoerência de uma mulher tão delicada, representada com cores e expressão facial que remetem à leveza, segurar uma arma.

Durante a campanha de Jair Bolsonaro, a pauta sobre o porte de arma foi muito abordada, com promessas sobre a flexibilização no Estatuto do Desarmamento, lei federal que entrou em vigor durante o primeiro governo Lula, em 2003. No Plano de Governo¹⁰⁸ de Bolsonaro, divulgado oficialmente pelo Tribunal Superior Eleitoral em 2018, a questão da segurança pública é debatida de forma a relacionar o alto índice de violência e mortes do país com a falta de armamento da população. Gráficos foram utilizados no documento com a premissa de conferir mais veracidade e, ainda, lançar mão de uma voz de autoridade para dar mais crédito ao que estava sendo proposto.

De acordo com a proposta do candidato, “As armas são instrumentos, objetos inertes, que podem ser utilizadas para matar ou para salvar vidas. Isso depende de quem as está segurando: pessoas boas ou más. Um martelo não prega e uma faca não corta sem uma pessoa” (PROPOSTA, 2018, p. 25). Assim, o Plano de Governo reiterava afirmações feitas pelo então candidato e por seus apoiadores, sintetizadas por máximas punitivistas como “bandido bom é bandido morto”, cada vez mais arraigadas na sociedade.

Em 5 de fevereiro de 2018, Bolsonaro participou de uma entrevista realizada pelo programa de rádio *Pânico na Jovem Pan*¹⁰⁹. O canal homônimo do programa no *YouTube* publicou a gravação de um trecho da conversa que teve também a participação de Emílio Surita e do humorista Carioca. Nesse vídeo, Bolsonaro afirma, aos 3 minutos e 12 segundos, que “o vagabundo já está armado. Você tem que armar agora o cidadão de bem. Ponto final”¹¹⁰. De acordo com Ribeiro (2018), em seu trabalho que categorizou o conservadorismo brasileiro e observou o surgimento de discursos antipetistas desde 2013, a defesa do porte de armas pela extrema direita ocorre porque:

¹⁰⁸ Disponível em: <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2018/BR/BR/2022802018/280000614517/proposta_1534284632231.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2019.

¹⁰⁹ Entrevista completa, com a duração de 1 hora e 28 minutos, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Fh0cVPs015k&ab_channel=P%C3%A2nicoJovemPan>. Acesso em: 18 jun. 2019.

¹¹⁰ Jair Bolsonaro sobre porte de armas: “Todo vagabundo tá armado! Só falta o cidadão de bem!” [sic]. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aR8x5QVRgd8&ab_channel=P%C3%A2nicoJovemPan>. Acesso em: 18 jun. 2019.

Para o conservador saliente, qualquer indivíduo tachado de vagabundo, incluindo o menor de idade, perde todos os seus direitos no momento em que opta pela via do crime. Ele deve ser encarcerado ou mesmo morto. Aqueles que protegem o “cidadão de bem”, portanto, são vistos como os heróis dessa sociedade. Citando uma frase muito compartilhada de Jair Bolsonaro, um dos ícones desse campo, é preferível “um presídio lotado de vagabundos do que um cemitério cheio de inocentes” (RIBEIRO, 2018, p. 89).

Assim, a partir das declarações de Bolsonaro divulgadas pelas diversas mídias, além das propostas apresentadas em seu Plano de Governo (2018), compreendemos que o meme da Figura 60 semiotiza e ironiza a ideologia da extrema direita de armar o “cidadão de bem”. Por ser um objeto que tem um preço elevado, uma parcela pequena da população brasileira teria condições de possuir uma arma de fogo em casa. De acordo com o site *Valor Investe*, do *Grupo Globo*, em matéria¹¹¹ de 14 de maio de 2019, o valor de um fuzil T4 da marca *Taurus* custava entre 8 e 10 mil reais, na data da publicação. Assim, entende-se que o “cidadão de bem” capaz de adquirir essa arma pertence a uma classe social e econômica abastada, e, portanto, a crítica do meme é feita justamente às pessoas dessa classe que apoiam Bolsonaro e concordam com suas proposições.

No meme da Figura 60, os acessórios usados por Barbie (óculos de sol, bolsa, brincos e pulseiras douradas que remetem ao ouro) marcam seu poder aquisitivo, ou seja, confirmam o que acabamos de mencionar sobre a crítica feita por esse enunciado a um grupo específico. Lembremos dos comerciais da *Mattel*, por nós analisados neste trabalho. Desde o primeiro comercial, gravado em 1959, a empresa buscou vender o *status* social de Barbie, e fez isso ao mostrar seus inúmeros apetrechos, vasto guarda-roupa, carros e casas de luxo, dentre outros pertences da boneca que eram vendidos separadamente (ver Figura 10, página 43).

Passemos a direcionar nosso olhar para o nível verbal desse meme, não de modo a desmembrar o enunciado, mas para melhor conduzir o leitor em nossa análise. Diversas significações podem ser apreendidas com esse enunciado, desde o uso da pontuação, das escolhas lexicais até a utilização das *hashtags*. O sinal gráfico de exclamação é comumente utilizado, como sabemos, para marcar o tom do enunciado, seja ele de surpresa, raiva, espanto, dentre outras emoções. Para intensificá-las, é comum que o ponto de exclamação seja grafado duplicado ou triplicado. No trecho “pelo direito de me

¹¹¹ “Taurus tem 2 mil pedidos de fuzis à espera de um 'OK' de Bolsonaro”. Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/empresas/noticia/2019/05/14/taurus-tem-2-mil-pedidos-de-fuzis-a-espera-de-um-ok-de-bolsonaro.ghtml>>. Acesso em: 20 jun. 2019.

defender!!!!” (Figura 60), o ponto aparece repetido cinco vezes, o que nos leva a crer que o sujeito que enuncia, ou seja, a Barbie Fascista, está exasperada, com a voz alterada, e marca um aumento do volume da voz ou alongamento do que está sendo dito.

Contudo, sabemos que o meme não é produzido pelo sujeito Barbie Fascista, visto se tratar de uma personagem fictícia, mas sim por autores que visam criticar sua postura enquanto personificação dos eleitores bolsonaristas. Assim, essa repetição exagerada do ponto de exclamação pode ser compreendida como uma crítica à maneira com que esses sujeitos se posicionam e às pautas pelas quais reivindicam. Ainda no trecho “pelo direito de me defender!!!!”, destacamos o uso do substantivo “direito”, que revela a visão da Barbie Fascista sobre si mesma. Ela reivindica o direito de estar armada e se defender, por se considerar cidadã de bem, ou seja, uma pessoa idônea, inocente e que deseja portar uma arma apenas para legítima defesa e para a segurança de sua família.

Observamos ainda que o lexema “cidadãos” aparece grafado como “cidadões”. Não podemos desconsiderar essa ocorrência no enunciado, ao passo que não devemos encarar que esse desvio na ortografia do lexema tenha acontecido por desatenção do autor do meme, sobretudo por se tratar de um enunciado irônico e crítico. As escolhas lexicais, assim como os traços estilísticos adotados em um enunciado, podem nos revelar sobre o projeto de dizer de quem enuncia e a classe social a qual este pertence. Com relação ao que expusemos, podemos estabelecer um paralelo com o que Volóchinov (2019, p. 317) afirma:

Isso se torna mais claro ainda se nós falarmos não de um erro gramatical grosseiro, mas do valor estilístico da palavra. Aqui nos defrontamos mais claramente com as relações de classe, que, ao organizarem também o gosto estético, vão nos ditar a escolha de uma ou outra palavra, uma ou outra expressão, portanto, aqui também a palavra se torna uma arena para a luta de classes, um palco para a disputa de opiniões e interesses de classe diversamente orientados.

Por sabermos que os memes são enunciados que visam criticar e estabelecer oposição ao bolsonarismo, compreende-se que a grafia de “cidadões” tem justamente o objetivo de acentuar a ironia. Somos levados a crer que a crítica aqui consiste à forma por vezes desenfreada com que alguns internautas publicam na internet, ao escrever compulsivamente para participar das discussões, sem conseguir se atentar a questões ortográficas, por exemplo. Podemos refletir, ainda, que na visão do enunciadador desse meme, o que importa para os apoiadores de Bolsonaro é possuir o *status* de “cidadão de bem”, e que encaram questões ortográficas ou gramaticais como um detalhe.

Chamamos a atenção também para o trecho “dentro da *minha própria* casa”, que marca com o pronome possessivo “minha” e com o adjetivo “própria” a posse, a detenção de capital material, que é característico do discurso e do pensamento das classes dominantes, de acordo com Souza (2019). No Plano de Governo (2018) de Bolsonaro, lê-se o seguinte trecho que muito é semelhante e que veicula o valor capitalista da propriedade privada como individual:

Os frutos materiais dessas escolhas, quando gerados de forma honesta em uma economia de livre iniciativa, têm nome: PROPRIEDADE PRIVADA! Seu celular, seu relógio, sua poupança, sua casa, sua moto, seu carro, sua terra são os frutos de seu trabalho e de suas escolhas! São sagrados e não podem ser roubados, invadidos ou expropriados! (PROPOSTA, 2018, p. 4).

No trecho, diversas axiologias estão presentes e nos ajudam a compreender o pensamento do grupo para o qual o documento foi escrito. De acordo com o enunciado, a obtenção de bens deve ser feita por meio do trabalho, com honestidade, visto que ser honesto se contrapõe a ser corrupto (adjetivo que o Plano e os bolsonaristas e anti-petistas atribuem ao PT). A adjetivação do bem material privado como sagrado relaciona os “frutos do trabalho” com o divino, além da significação de inviolável.

Como sabemos, a crítica feita nos memes aos bolsonaristas caracterizados como Barbies e Kens cidadãos de bem, é direcionada principalmente para sujeitos de poder econômico mais abastado, e por isso devemos refletir acerca da diferença de classes no Brasil, do nível econômico, social e cultural.

Na base da nova hierarquia social moderna está a luta entre indivíduos e classes sociais pelo acesso a capitais, ou seja, tudo aquilo que funcione como facilitador na competição social por todos os tipos de recursos escassos. Como, na verdade, todos os recursos são escassos – e não apenas os recursos materiais como carros, roupas e casas, mas também os imateriais como prestígio, reconhecimento, respeito, charme ou beleza –, toda a nossa vida é pré-decida pela posse ou ausência desses capitais (SOUZA, 2019, p. 99).

O uso das *hashtags* também pode comprovar o que até aqui foi dito. A função das *hashtags* nas redes sociais consiste em gerar um *hiperlink* na palavra ou frase curta que está sendo vinculada ao símbolo da cerquilha (#) e a insere em uma página com publicações relacionadas ao mesmo tema. Quando utilizada, a *hashtag* impulsiona a publicação e promove maior alcance e reações, como curtidas (ou *likes*). Por esse motivo,

seu uso se tornou comum entre os usuários de diversas redes sociais, sobretudo no *Twitter* e *Instagram*.

No enunciado verbal da Figura 60 são utilizadas 4 *hashtags*: “#CHEGA”, “#PTNUNCAMAIS”, “#ELESIM” e “#B17”. As duas primeiras *hashtags* se complementam e pedem pelo fim dos governos petistas, após os 13 anos do partido na presidência (com os mandatos de Lula e Dilma Rousseff). Enquanto isso, as duas últimas *hashtags* demonstram apoio a Jair Bolsonaro. Temos em “#ELESIM” uma réplica ao “#ELENÃO”, *hashtag* do movimento contrário a Bolsonaro, liderado por mulheres durante a corrida eleitoral de 2018 e fomentado por meio das redes sociais. Enquanto isso, em “#B17”, a letra B faz referência a letra inicial do sobrenome de Jair Bolsonaro, e 17 ao número da legenda do então candidato do PSL.

Assim, as quatro *hashtags* presentes no meme evidenciam a oposição existente na sociedade brasileira entre PT *versus* Bolsonaro, o antipetismo/bolsonarismo *versus* petismo-lulismo/*anti-antipetismo* (RIBEIRO, 2018), de maneira marcada e valorada. O caráter irônico do meme e seu efeito humorístico são articulados pela relação indissociável do enunciado verbal e da figura contraditória de Barbie ao segurar um fuzil e ainda, da marca da classe social presente no discurso, que nos ajuda a identificar de qual lugar enuncia esse sujeito e quais ideologias o motivam.

Em suma, toda realidade e toda a existência do homem e da natureza não apenas refletem-se no signo, mas também *refratam-se* nele. Essa refração da existência no signo ideológico é determinada pelo cruzamento de interesses sociais multidirecionados nos limites de uma única coletividade sócio-cultural, isto é, pela *luta de classes* (VOLÓCHINOV, 2019, p. 319, grifo do autor).

O movimento *#EleNão* teve como marca a heterogeneidade, pois foi composto por mulheres das mais distintas classes sociais, das mais diversas faixas etárias, rendas, escolaridades e religiões. Apesar do grupo no *Facebook* ter o critério de só permitir a participação de usuárias mulheres, as manifestações nas ruas reuniram diversos outros grupos e sujeitos que se opunham à eleição de Bolsonaro e simpatizavam com a iniciativa feminina. Os protestos femininos foram motivados pelas falas misóginas de Bolsonaro e pela discordância ao plano de governo¹¹² do então candidato, que mencionava apenas uma

112

Disponível

em:

<https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2018/BR/BR/2022802018/280000614517//proposta_1534284632231.pdf>. Acesso em: 2021.

vez as mulheres, com a finalidade de mostrar um gráfico comparativo do número de estupros em mulheres, crianças e adolescentes no Brasil. Apesar desses fatos, as mulheres bolsonaristas defendiam Bolsonaro e, inclusive, criticavam aquelas que faziam parte do *#EleNão*. A contradição do voto feminino em um candidato misógino pode ser explicada, de acordo com a autora Mirla Cisne, porque

A formação da consciência de classe na sociedade capitalista é dificultada pelas relações de alienação que a permeiam, bem como pela ideologia dominante a ela associada, que levam muitos indivíduos sociais a naturalizarem e até mesmo a reproduzirem relações de dominação. Assim, ao contrário de se rebelarem contra uma ordem que os domina, adequam-se e, muitas vezes, modelam-se sob essa dominação (CISNE, 2015, p. 17).

Selecionamos uma postagem feita por um usuário do *Facebook* que faz referência justamente a esse embate entre mulheres de diferentes classes sociais, por meio dos movimentos *#EleSim* e *#EleNão*. Na Figura 61, vemos uma montagem de duas fotografias que registram a participação de atrizes globais em manifestações políticas de anos diferentes. À esquerda da imagem, a atriz Susana Vieira aparece sorridente e acena com a mão. Ela veste uma blusa amarela estampada com o busto de Sérgio Moro, em cor verde, com os dizeres *#MoroBloco*. Na foto à direita, as atrizes Cláudia Abreu, Renata Sorrah e Júlia Lemmertz vestem camisetas com os dizeres “Ele não”.



Fonte: Facebook¹¹³

113

Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10157383683836663&set=p.10157383683836663&type=3&theater>. Acesso em: 20 jun. 2019.

A compreensão do humor contida no enunciado da Figura 61 exige a mobilização do conhecimento de diversos fatos que permeiam seu contexto extraverbal, que “[...] *integra o enunciado como uma parte necessária da sua composição semântica*” (VOLÓCHINOV, 2019, p. 120, grifos do autor). Primeiro, espera-se que o internauta associe a figura de Susana Vieira à Maria do Carmo e a de Renata Sorrah à Nazaré Tedesco, ambas personagens da novela *Senhora do Destino*, exibida pela *Rede Globo* em 2004. Na trama, Nazaré era a vilã e roubou a filha recém-nascida de Maria do Carmo nos primeiros capítulos. Por sua vez, Maria do Carmo, protagonista da novela, representava a “mocinha”, uma mulher que passou a vida empenhada em reencontrar sua filha. O papel interpretado por Renata Sorrah repercute até hoje e Nazaré é reconhecida como uma das vilãs mais marcantes da história da dramaturgia brasileira. Por isso, quando o sujeito afirma “Eu sempre torci pra Nazaré”, demonstra sua preferência pela vilã e não pela mocinha, como tradicionalmente acontece.

Vestida com as cores da bandeira do Brasil, em apoio a Sérgio Moro (na época, juiz responsável pelo julgamento de Lula), Susana Vieira participava da manifestação *#MoroBloco*, em março de 2016, que contou com a participação de outros artistas, como Marcelo Serrado e Carolina Dieckmann. Os manifestantes eram *pró-impeachment* e se declaravam “sem partido” e “pelo Brasil”. As cores verde e amarelo, além da pretensão de não se atrelar ao nome de partidos, demonstravam o posicionamento dos participantes, já que inexistia neutralidade na linguagem, produto da vida social (VOLÓCHINOV, 2019), da interação entre sujeitos e seus grupos sociais.

O enunciador da postagem acrescenta uma desconfiança relativa ao caráter de Maria do Carmo, ao dizer “essa tal de Maria do Carmo nunca me enganou”. O que é questionado, na realidade, não se relaciona com a trama da novela, mas sim com a vida pública das atrizes e suas participações em manifestações de cunho político. Há, portanto, uma crítica ao posicionamento político expresso por Susana Vieira, ao mesmo tempo em que é expressa uma identificação com Renata Sorrah por participar do ato *#EleNão*, contrário a Bolsonaro.

Ao publicar esse enunciado, o internauta prevê o público que o irá receber, comentar e compartilhar: outros usuários do *Facebook*, principalmente os amigos de seu perfil. Amparados pela filosofia da linguagem do Círculo bakhtiniano, isso ocorre porque os indivíduos direcionam suas palavras para seu “auditório social estável”, já que toda palavra é sempre direcionada ao outro, seja ele um interlocutor da conversa face a face, ou ainda, um internauta que está por trás de uma tela. “O mundo interior e o pensamento

de todo indivíduo possuem seu *auditório social estável*, e nesse ambiente se formam os argumentos interiores, motivos interiores, avaliações, etc.” (VOLÓCHINOV, 2017, p. 205, grifos do autor).

Com o exemplo da postagem da Figura 61, refletimos sobre como o pertencimento a um mesmo gênero não pressupõe uma mesma orientação política ou consciência de classe. Devido a alienação do sujeito a sua própria condição, cunhada “alienação de si” (MARX, 2007), o processo de construção da consciência revolucionária de classe é interrompido, o que explica porque alguns sujeitos pertencentes a grupos socialmente subjugados se identificam com as ideias de seu opressor. As diferenças existentes entre classes sociais se avolumam em um país desigual como o Brasil, tema que será abordado ao decorrer do próximo item.

4.2 Barbie Militante em “Acabou a mamata”

*O ódio encoberto aos pobres se torna maior que o amor
superficial pela forma democrática.*
(Jessé Souza, 2019, p. 207)

No presente tópico, apresentamos a análise de dois memes da Barbie Fascista que abordam sobre temas políticos e sociais, ambos em tom irônico e que provocam humor principalmente por apontarem o desconhecimento da personagem sobre tais pautas e, ainda, sua visão elitista e pouco empática. Justificamos que o título do tópico foi retirado dos próprios memes BF: o trecho “acabou a mamata” aparece em diversos memes, em datas de postagem variadas. Esse mesmo enunciado foi muito utilizado pelos eleitores de Bolsonaro após sua eleição para presidente, e consiste em uma crítica a corrupção, atrelada principalmente ao Partido dos Trabalhadores. Além disso, alguns usuários utilizavam essa expressão para se referir aos programas sociais criados durante os governos petistas, como o Bolsa Família¹¹⁴. Para esses sujeitos, sobretudo os pertencentes a elite econômica, esses programas criam em seus beneficiários uma dependência dos recursos do governo.

¹¹⁴ O Programa Bolsa Família foi criado em outubro de 2003, no governo de Luiz Inácio Lula da Silva, com o objetivo de combater a miséria, a pobreza e a desigualdade no Brasil. Informações disponíveis em <<https://www.gov.br/cidadania/pt-br/acoes-e-programas/bolsa-familia/dados>>. Acesso em: 25 jun. 2020.

Figura 62 – Colagem de memes “Acabou a mamata”



Fonte: *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*¹¹⁵

Observemos que nos três memes que escolhemos para compor a colagem (Figura 62) Barbie aparece com acessórios dourados que parecem joias, roupas elegantes, óculos de sol e em pose que demonstra despreocupação e *glamour*. Essa serenidade em sua postura, aliada ao sorriso constante, demonstram a alienação aos problemas sociais, como se Barbie ficasse isolada em seu mundo cor-de-rosa e desconhecesse as demandas urgentes da sociedade. Todas as três Barbies usam óculos, no segundo meme da colagem a boneca aparece inclusive segurando binóculos, o que remete justamente que Barbie está em uma posição de superioridade que permite a observação de algo (de acordo com o segundo meme, ela observa o “choro da esquerda”, isto porque o PT havia perdido as eleições).

O meme que analisaremos a seguir foi postado pela página Barbie Fascista em 8 de novembro de 2018 e retrata a personagem insatisfeita com a educação no país. Por suscitar, além da educação, um debate sobre classes sociais, elegemos esse enunciado para compor o presente item por mostrar como a Barbie Fascista é representada nos memes ao debater temas sociais.

¹¹⁵ Produção nossa da colagem. Memes disponíveis, respectivamente, em: (1) <<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1917191568536868/2172335799689109/?type=3&theater>>, (2) <<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1917191568536868/2287303031525718>> e (3) <<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1917191568536868/2210806022508753>>. Acesso em: 15 ago. 2019.

Figura 63 – Meme A educação nesse país caiu muito



Fonte: *Barbie Fascista*¹¹⁶

O enunciado da Figura 63 segue o traço estilístico comum dos memes: apresenta um enunciado verbal sucinto, que aparece em destaque com letras garrafais e uma imagem chamativa que dialoga com o verbal. Nesse caso, o fundo amarelo também desempenha a função de chamar a atenção do leitor, no caso, dos usuários do *Facebook*. De acordo com Heller (2013, p. 164), “o amarelo é mais penetrante que o vermelho. [...] Por seu efeito ideal de visibilidade à distância e seu caráter penetrante quando visto de perto, o amarelo foi eleito a cor internacional das advertências”. Assim, o amarelo ao fundo salta aos olhos do usuário da rede e faz com que a postagem se destaque em meio as demais. Além disso, podemos refletir também sobre o uso do amarelo por apoiadores bolsonaristas, com seus uniformes verdes e amarelos, para demonstrar patriotismo.

Uma Barbie loira aparece na Figura 63, com os cabelos presos em um penteado, e usa maquiagem rosa claro, na sombra e no batom. Os olhos da boneca são azuis e se destacam com as cores da maquiagem e do fundo amarelo. Ela usa um colar que aparenta ser de pérolas, o que comprova a recorrência do uso de acessórios pela Barbie para demarcar seu status social de mulher rica, conforme já expusemos nesse trabalho.

O enunciado verbal “A educação nesse país caiu muito. O filho da Socorro tá na mesma faculdade que a Valentina” ironiza a preocupação da Barbie Fascista com a

¹¹⁶ Disponível em: <<https://www.facebook.com/barbiefascista/photos/2144257522490268>>. Acesso em: 15 ago. 2019.

situação da educação brasileira. De acordo com ela, o motivo da educação do país estar em declínio se deve ao fato de que pessoas de baixa renda, como o filho de sua empregada Socorro, passaram a frequentar as mesmas instituições de ensino que pessoas pertencentes a uma elite econômica.

Podemos deduzir que Socorro é a empregada doméstica da Barbie Fascista por uma condição de associação feita pelo senso comum do nome com a profissão. Esse fato é retratado em algumas produções cinematográficas¹¹⁷ nacionais, como por exemplo a novela *Cheias de Charme*, produzida pela *Globo* e exibida entre abril e setembro de 2012. Na novela, a atriz Titina Medeiros interpretou a personagem Socorro, empregada doméstica da vilã da trama, a personagem Chayene, interpretada por Cláudia Abreu.

Figura 64 – Chayene e Socorro, da novela *Cheias de Charme*



Fonte: *Revista Claudia*¹¹⁸

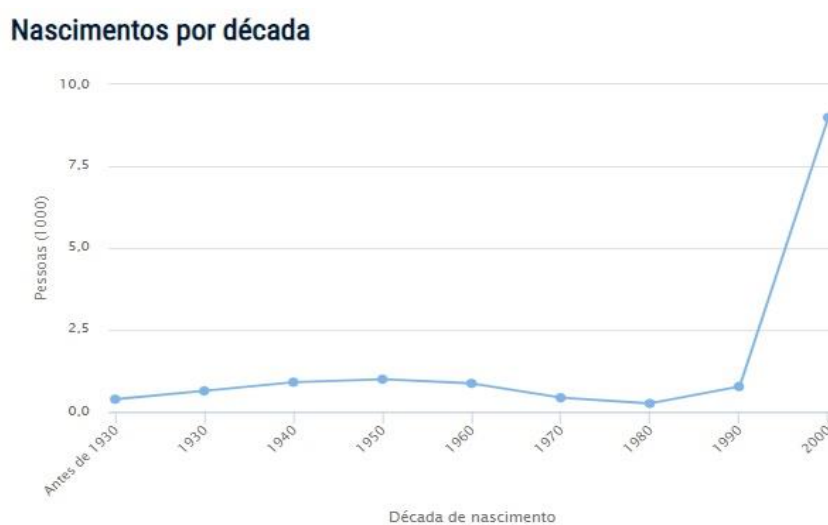
Enquanto isso, o nome Valentina remete a crianças/adolescentes de uma classe social mais privilegiada, pois o nome se tornou comum nos últimos anos entre famosos e, posteriormente, foi adotado por diversas famílias para nomear seus filhos (Figura 63). De acordo com Scottini (2011), o nome Valentina, dentre outros nomes como Nina e Maya, é dez vezes mais comum em alunas de escolas particulares. É preciso, portanto,

¹¹⁷ Outro exemplo de produção nacional que retrata sobre a disparidade social do Brasil é o filme *Que horas ela volta?* (2015), da diretora Anna Muylaert. A trama evidencia a relação entre uma empregada doméstica, Val (Regina Casé), e seus patrões de classe média alta, em crítica às desigualdades do país.

¹¹⁸ Disponível em: <<https://claudia.abril.com.br/famosos/cheias-de-charme-chayene-vira-empreguete-de-socorro/>>. Acesso em: 20 jun. 2020.

refletir o que é ser Valentina para compreender sua menção no meme, pois nomes e sobrenomes carregam em si estigmas que demonstram as tendências da sociedade. Para os meninos, o mesmo ocorreu com Enzo nas últimas décadas e, juntamente com Valentina, ficaram estigmatizados como nomes de sujeitos privilegiados, mimados, enquanto Socorro evoca à memória o serviço doméstico, marca de uma classe social mais humilde e trabalhadora.

Figura 65 – Nome Valentina no Brasil



Fonte: IBGE¹¹⁹

O gráfico da Figura 65, retirado da página *Nomes do Brasil*, a partir de levantamento feito pelo IBGE no censo de 2010, demonstra que o nome Valentina começou a ficar mais comum a partir de 1990. Ainda de acordo com o site, um total de 14.263 pessoas do sexo feminino possuíam esse nome em 2010. De acordo com Scottini (2011), em pesquisa que estudou o status socioeconômico de nomes e sobrenomes em escolas brasileiras, a literatura da Economia consegue estabelecer uma relação entre nomes e classes sociais e raciais. Apesar do recorte do estudo ter sido feito no estado de São Paulo, podemos encarar seus resultados como um indicador da situação do país no que tange a questão cultural e econômica envolvida na escolha de nomes.

[...] em determinados contextos os diferenciais raciais e sociais entre indivíduos evoluíram para diferenças culturais, e tais diferenças culturais se manifestam quando da escolha dos nomes dos filhos. O segundo fenômeno relevante é o de que, além de serem indicadores de

¹¹⁹ As informações sobre os nomes no Brasil podem ser consultadas na plataforma Nomes no Brasil, do IBGE. Disponível em: <<https://censo2010.ibge.gov.br/nomes/#/search>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

origem social e raça, nomes e sobrenomes parecem influenciar resultados socioeconômicos dos indivíduos (SCOTTINI, 2011, p. 3).

Em um país com inúmeras desigualdades econômicas e raciais, a educação ainda é de difícil acesso para pessoas mais carentes. Contudo, nas últimas duas décadas, uma mudança foi percebida nesse cenário, e pessoas de baixa renda passaram a ter oportunidade de ingressar em Instituições de Ensino Superior (IES), tanto públicas como privadas. Isso foi possibilitado pela implementação e expansão de programas como o SiSU¹²⁰, PROUNI¹²¹, FIES¹²² e REUNI¹²³, além das ações afirmativas que passaram a ser consideradas juntamente com a nota do estudante no Enem. De acordo com Ristoff (2014), apesar de as transformações no acesso ao Ensino Superior serem lentas, elas têm ocorrido e, dessa forma, ampliam as possibilidades de mobilidade social da nação, principalmente para os menos favorecidos e excluídos historicamente.

Dito isso, refletimos sobre como o meme da Figura 63 retrata a desigualdade brasileira (explícita até mesmo pelo estigma em alguns nomes próprios) e nos provê um vislumbre da luta de classes. O ingresso em universidades públicas era privilégio de poucos que podiam pagar por cursinhos pré-vestibulares e que tinham incentivo de estudo desde a infância, que não precisavam trabalhar para o sustento da família e estudar ao mesmo tempo. De acordo com Souza (2019, p. 105), “os filhos das classes populares precisam conciliar estudo e trabalho desde a primeira adolescência, geralmente a partir de 11 ou 12 anos”. Apesar das dificuldades encontradas pelos alunos em sua trajetória escolar, uma pesquisa¹²⁴ de 2019, feita pela Andifes (Associação Nacional dos Dirigentes das Instituições Federais de Ensino Superior), indicou que 70,2% dos estudantes das

¹²⁰ O Sistema de Seleção Unificada, foi criado em 2010 pelo MEC – Ministério da Educação. Foi implementado com o objetivo de unificar, por meio do Enem, a forma de ingresso em instituições públicas de ensino superior. Além de usar a nota do Enem, ações afirmativas que contemplam critérios socioeconômicos e raciais também são utilizadas para selecionar os alunos.

¹²¹ Programa Universidade para Todos. Sua instituição ocorreu pela Lei nº 11.096, em 12 de janeiro de 2005. Por meio do Programa, alunos com renda familiar de até 1 salário mínimo e meio podem concorrer a bolsas integrais em Instituições de Ensino Superior. Aqueles com renda familiar de até 3 salários mínimos podem conseguir bolsas parciais.

¹²² O Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior teve seu início como CREDUC (programa de Crédito Educativo), em 1975. No governo de Fernando Henrique Cardoso, o programa passou por reformulações e teve seu nome modificado para FIES. Em 2010, já no Governo Lula, o programa foi ampliado e teve as taxas de juros reduzidas e período de carência para pagamento do financiamento ampliado. Com o FIES, o estudante pode começar a pagar o financiamento de seus estudos após formado.

¹²³ Programa de Apoio a Planos de Reestruturação das Universidades Federais, instituído em 2007 pelo Decreto de nº 6.096. A meta do Programa era dobrar, em até dez anos, o número de ingressantes nos cursos de graduação do país.

¹²⁴ Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2019-05/maior-parte-dos-estudantes-de-universidades-federais-e-de-baixa-renda>>. Acesso em: 21 jan. 2021.

universidades federais são de baixa renda, ou seja, são estudantes com renda familiar *per capita* de até 1 salário mínimo e meio.

Assim, quando a Barbie Fascista se manifesta contrária ao ingresso do filho de sua empregada doméstica na mesma faculdade de sua filha, Valentina, o meme ironiza como a elite econômica reagiu a essa tentativa de tornar o acesso à educação mais igualitário e justo. Ressaltamos, ainda, a ausência do nome do “filho da Socorro”, o que reforça um apagamento total desse sujeito mais humilde que, de acordo com a personagem do meme, não deveria ocupar o lugar de estudante em uma Instituição de Ensino Superior. De acordo com Souza (2019), a reação expressa pela elite retoma um ressentimento da época da escravidão, que se arrasta aos dias atuais e se manifesta das mais diversas maneiras. Ainda segundo o autor,

[...] a experiência do acesso à educação superior e ao consumo de massa, além da expansão de direitos para negros, mulheres e gays, causou violenta reação autoritária. Primeiro, de parte da elite e da alta classe média, evidenciada pelo desprezo e pelo ódio ao pobre que caracteriza qualquer sociedade marcada pela escravidão (SOUZA, 2019, p. 267).

Assim, vemos como os enunciados memes que analisamos podem ser encarados como artefatos históricos do momento histórico do Brasil de Bolsonaro, e também do período anterior, desde 2016 com o *impeachment* e mudanças políticas mais significativas. Os memes refletem e refratam a sociedade brasileira, sua realidade política e as diferenças de classe, raça e gênero. Quando a Barbie Fascista se posiciona contrária ao ingresso de estudantes de baixa renda nas universidades, ela faz isso a partir de sua classe social, de seu lugar de fala, enquanto mulher branca, rica e, conseqüentemente, privilegiada. Os discursos dos sujeitos revelam muito mais do que sua opinião individual, mas sobretudo as suas vivências no coletivo, no seio de sua classe social. “Qualquer pessoa, ao conhecer a realidade, a conhece de um determinado ponto de vista. [...] Um ponto de vista não é o resultado pessoal de um sujeito cognoscente: ele é o ponto de vista da classe à qual o sujeito pertence” (VOLÓCHINOV, 2019, p. 317).

Retomemos agora o enunciado vídeo *Entrevista com a Barbie Fascista real*, do canal do *YouTube Matando Matheus a grita*, que já foi utilizado por nós no capítulo teórico com o objetivo de exemplificar a ironia em enunciados de diferentes materialidades. Durante o vídeo, a personagem Barbie Fascista, que está sendo entrevistada, dá diversas declarações sobre questões sociais e expõe sua opinião sobre a

educação do país ter piorado nos últimos anos. O vídeo tem um processo de construção discursiva semelhante ao dos memes, pois desloca falas dos eleitores e apoiadores bolsonaristas e as atribuem à personagem. Assim como os memes, a entrevista provoca um efeito humorístico com relação a situação política brasileira, ou seja, ainda que aborde sobre temas sérios, eles estão travestidos de humor, o que é possibilitado sobretudo pela ironia.

Figura 66 – Fotograma “Vocês já viram o preço do *Iphone*”?



Fonte: *Entrevista com a Barbie Fascista real* (2018)¹²⁵

Analisemos o trecho correspondente ao fotograma da Figura 66, compreendido entre os 3 minutos e 13 segundos até 3 minutos e 23 segundos. Barbie aparece sentada, com um casaco amarelo e uma máscara para olhos posicionada na testa. Nesse momento, o entrevistador não faz nenhuma pergunta para Barbie, como em entrevistas convencionais. Na verdade, ela parece fazer um desabafo, em que diz: “- Chegou a hora da gente definir as nossas prioridades”, seguido de uma pausa, enquanto ela sorri ingenuamente e a câmera enfoca seu rosto. “- Todo mundo fala muito de saúde, educação...Gente! Acorda! ”: ao mencionar essas demandas sociais, sua face adquire uma expressão de nojo. Ao evocar a atenção do espectador com “Gente! Acorda! ”, notamos uma mudança no tom de sua voz, em sugestão de que ela irá abordar um assunto sério. O humor atinge seu ápice nesse trecho porque ela conclui seu pensamento com: “Vocês já viram o preço do *Iphone*? ”, ou seja, demonstra sua alienação ao considerar que a saúde e a educação são dispensáveis quando comparadas a um *smartphone* caro.

¹²⁵ Fotogramas de *Entrevista com a Barbie Fascista Real*, respectivamente em 03’18”, 03’19” e 03’21”.

Figura 67 – Fotograma “O PT acabou com o ensino público do país”



Fonte: *Entrevista com a Barbie Fascista real*¹²⁶

A partir dos 3 minutos e 47 segundos do vídeo, a personagem continua a dar sua opinião e dessa vez se estende no tema educação. Em tom exaltado, Barbie diz: “- Gente, só não vê quem não quer! O PT acabou com o ensino público no país. Acabou! Eu e meus amigos da PUC conversamos sobre isso *todos os dias*”. A personagem afirma que os governos petistas acabaram com a educação no país, mas não menciona nenhum argumento ou dado que comprove sua indignação. Essa postura, de não embasar discussões e usar apenas frases prontas, é exposta tanto no vídeo quanto nos memes em crítica ao desconhecimento político de muitos bolsonaristas.

A personagem menciona que debate sobre a qualidade da educação do país com seus amigos da *PUC* (Pontifícia Universidade Católica), uma renomada Instituição de Ensino privada, que tem mensalidade altas. Ao final de sua declaração, ela enfatiza que esses debates ocorrem “*todos os dias*” e sorri forçadamente, o que nos faz compreender que o vídeo ridiculariza sua posição social de mulher rica, que critica o ensino público do país como pretexto de criticar o PT e os programas implementados durante os governos petistas para democratizar a educação.

Assim, para compreender a ironia e o humor desse enunciado, é esperado que o espectador (interlocutor) já tenha tido contato com os memes BF em algum momento, e com sujeitos que se posicionem de forma parecida com a Barbie. A mobilização do

¹²⁶ Fotogramas disponíveis em *Entrevista com a Barbie Fascista Real*, respectivamente 03’50’’, 03’52’’, 03’54’ e 03’55’’.

sentido e o efeito humorístico do enunciado podem ser acessados a partir dessa familiaridade com os memes e também a partir do conhecimento sobre as questões políticas do Brasil, bem como a realidade social e econômica do país. Assim, tanto os memes quanto o vídeo *Entrevista com a Barbie Fascista real* são enunciados que preveem seus interlocutores, se orientam para um “auditório social estável”, isso por conta da bilateralidade da palavra e também pelo seu caráter irônico (VOLÓCHINOV, 2019).

No processo discursivo irônico, a interação enunciadador-enunciadário assume uma particularidade que consiste no fato de o enunciadário necessariamente ser previsto, ser instaurado na e pela enunciação, tal qual o enunciadador, e, como tal, funcionar como “enunciadador intérprete” (BRAIT, 2008, p. 144).

Assim, no meme da Figura 63, dois sujeitos de classes sociais completamente distintas estão envolvidos: uma mulher rica, branca e loira, que enuncia sobre sua proletária Socorro. Sabemos que há uma diferença salarial entre homens e mulheres em quase todos os países do mundo, isso sem mencionar a dupla jornada das mulheres, que têm que se dedicar ao lar mesmo trabalhando fora – de acordo com Wolf (2020, p. 43), se o trabalho doméstico fosse remunerado, a renda das famílias subiria, em média, 60%. Contudo, em um país como o Brasil, é preciso considerar que as mulheres de classe mais baixa sofrem mais com as intempéries da sociedade patriarcal e com toda sorte de limitações e desigualdades e sem a garantia de acesso a direitos básicos, como saúde, educação, segurança e lazer.

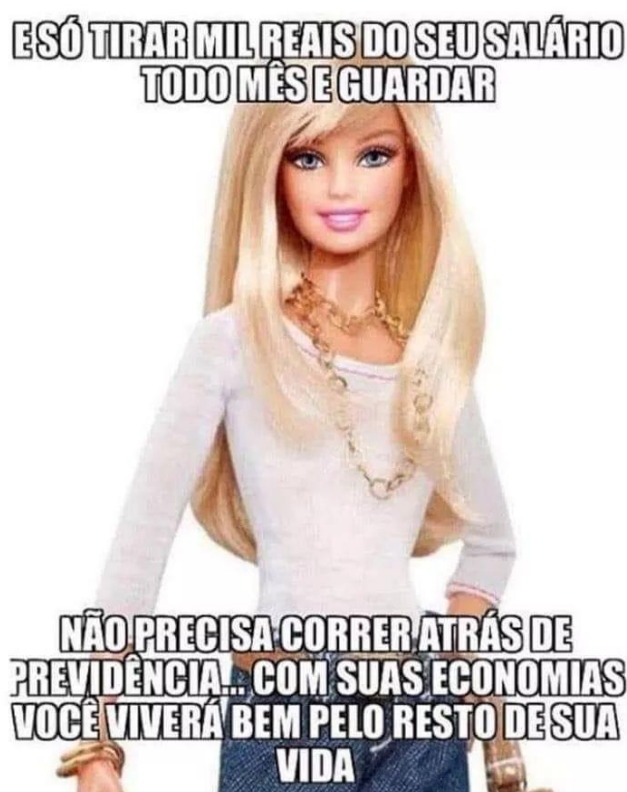
A partir de trabalhos como o de Saffioti (1987) e Souza (2019), compreendemos a questão da heterogeneidade das classes sociais no Brasil, que também pode ser observada na maioria das sociedades regidas pelo sistema capitalista. Contudo, a desigualdade entre classes, raças e gêneros é mais acentuada na sociedade brasileira pelo histórico de exploração vivido desde a época da dominação do Brasil por Portugal, além da herança escravocrata. Ainda de acordo com Saffioti (1987), vivemos subordinados a um sistema triplo de dominação-exploração, o “patriarcado-racismo-capitalismo”, que deve ser levado em consideração para que se possa propor um estudo integrado sobre as lutas de classes sociais e de suas mais variadas demandas.

[...] o patriarcado-racismo-capitalismo beneficia, em primeiro lugar, o homem rico, branco e adulto. Em segundo plano, na ordem dos beneficiados, vem a mulher rica, branca e adulta. Esta segunda posição é bastante diversa da primeira, uma vez que envolve a dependência da

mulher em relação ao homem. De qualquer forma, a mulher burguesa sofre em situação de maior conforto que a mulher pobre (SAFFIOTI, 1987, p. 67).

O próximo meme por nós escolhido também demonstra a questão da disparidade social e econômica no Brasil, pois apresenta a opinião da Barbie Fascista sobre a Reforma da Previdência. O enunciado foi postado pela página *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*, em 13 de julho de 2019.

Figura 68 – Meme “É só tirar mil reais do seu salário”



Fonte: *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*¹²⁷

Novamente vemos as recorrências da representação de Barbie: neste meme, uma Barbie loira, de cabelos longos e lisos, veste uma blusa de manga comprida branca e calça jeans, além de pulseiras e colar dourados. Como já apontamos, o uso de acessórios (geralmente na cor dourada), o uso de tons claros (tons pastéis ou *pink*) e as expressões faciais e corporais impressos na boneca Barbie auxiliam na caracterização da feminilidade e do status social elevado da personagem Barbie Fascista.

¹²⁷ Disponível em: <<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/2345792335676787>>. Acesso em: 19 ago. 2019.

O enunciado verbal desse meme aparece grafado em letras maiúsculas e na cor branca. Barbie expõe sua opinião com relação à Previdência e diz que “É só tirar mil reais do seu salário todo mês e guardar. Não precisa correr atrás de previdência... com suas economias você viverá bem pelo resto de sua vida”. O uso da expressão “É só” demonstra que, para Barbie, guardar mil reais é tarefa fácil, que esse valor é irrisório e que ela costuma reservá-lo para sua aposentadoria. Contudo, em 2019, ano da publicação do meme, o salário mínimo nacional era de 998 reais¹²⁸, o que faz com que a dica de economia dada por Barbie seja incompatível com a realidade da maioria dos brasileiros, que trabalha o mês todo para receber um salário mínimo e quitar suas contas e inúmeras despesas, que incluem cesta básica e, muitas vezes, aluguel. Assim, a junção do enunciado verbal e da imagem de mulher privilegiada de Barbie, que evocam a voz social da elite econômica a qual ela pertence, constroem a ironia desse meme, que revela a alienação dos grupos que possuem pensamento parecido (liberais, conservadores, bolsonaristas).

Figura 69 – Comentários sobre o meme da Previdência



Dentre os muitos comentários feitos na postagem do meme por usuários do *Facebook* e seguidores da página, selecionamos alguns (Figura 69) que demonstram como o embate de valores, entre classes sociais distintas, pode ser observado nas redes sociais. A maioria dos comentários desse meme contesta a afirmação da personagem Barbie Fascista de que a Previdência Social não é necessária. Os usuários relatam suas rendas mensais e, conforme podemos observar, grande maioria recebe apenas um salário

¹²⁸ A informação pode ser verificada em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2019/01/04/salario-minimo-em-2019-veja-o-valor.ghtml>>. Acesso em: 15 jan. 2021.

mínimo e, por vezes, menos do que esse valor. Essa é a realidade da maioria da população brasileira, que tem na Previdência e em seu sistema de seguridade social a garantia de uma velhice minimamente digna.

O meme apresentado na Figura 68 tem estreita relação com os debates referentes à aprovação e implantação da mais recente Reforma da Previdência. Esse processo foi iniciado em 2016, com a PEC N° 287¹²⁹, proposto pelo governo de Michel Temer. Apesar de ter sido suspensa em 2018 em meio a impasses parlamentares¹³⁰, teve sua continuidade na PEC n° 6 de 2019 e foi entregue pessoalmente ao Congresso Nacional pelo presidente Jair Bolsonaro¹³¹, com alguns acréscimos à proposta do governo Temer, porém mantendo grande parte de seu texto. A aprovação da Reforma da Previdência ocorreu em outubro de 2019, após oito meses de tramitações, com inúmeras mudanças no texto inicial, e entrou em vigor no dia 13 de novembro de 2019¹³².

Com as modificações propostas¹³³, que visam promover economia de 800 milhões de reais aos cofres públicos em um período de 10 anos, as novas regras de aposentadoria passam a exigir das mulheres o mínimo de 62 anos de idade e 15 anos de contribuição. Enquanto isso, para os homens, a idade mínima passa a ser 65 anos de idade e 20 anos de contribuição. Aqueles que já estavam filiados ao RGPS anteriormente continuarão a seguir as regras vigentes antes da emenda constitucional ser validada.

De acordo Fagnani (2016), toda sociedade em algum momento precisará reformular sua previdência para que consiga acompanhar as inevitáveis mudanças sociais e demográficas. Contudo, de acordo com o autor, o que se propõe com a Reforma da Previdência não visa a melhoria do sistema, mas sim comprometer o que foi construído com relação a proteção social dos mais vulneráveis economicamente.

A previdência urbana e rural brasileira beneficia diretamente cerca de 30 milhões de famílias e indiretamente mais de 90 milhões de pessoas. Atualmente, mais de 80% dos idosos tem proteção na velhice. A população idosa brasileira em condição de pobreza é inferior a 10%.

129

Disponível

em:

<<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2119881>>. Acesso em:

¹³⁰ Ver <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,apos-fracasso-previdencia,70002195570>>. Acesso em: 15 jan. 2021.

¹³¹ Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/02/20/bolsonaro-chega-ao-congresso-para-entregar-proposta-de-reforma-da-previdencia.ghtml>>. Acesso em: 15 jan. 2021.

¹³² Ver <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/11/08/congresso-promulga-reforma-da-previdencianestatercafeira#:~:text=A%20reforma%20foi%20aprovada%20em,os%20mesmos%2019%20votos%20contra>>. Acesso em: 15 jan. 2021.

¹³³ Ver <<https://www.gov.br/inss/pt-br/assuntos/noticias/confira-as-principais-mudancas-da-nova-previdencia#:~:text=Mulheres%20poder%C3%A3o%20se%20aposentar%20a,para%20as%20mulheres%2C%20em%202033>>. Acesso em: 15 jan. 2021.

Sem os benefícios da previdência, esse percentual seria superior a 70% (FAGNANI, 2016, p. 88).

Com esses dados, compreende-se a importância da Previdência Social e da seguridade dos direitos básicos àquelas pessoas que mais necessitam. É preciso considerar as heterogeneidades do país para que uma reforma seja feita de maneira a continuar a respaldar os sujeitos. Um trabalhador urbano envelhece de maneira diferente do trabalhador da zona rural, por exemplo. Além disso, é importante ressaltar que o Brasil prevê o mesmo tempo de contribuição e idade mínima exigidos por países desenvolvidos, que têm o PIB até 10 vezes maior que o brasileiro, o que demonstra a incoerência das exigências (FAGNANI, 2016).

No vídeo *Entrevista com a Barbie Fascista real*, a personagem também se posiciona sobre a Reforma da Previdência. Aos 3 minutos e 24 segundos, logo após demonstrar sua indignação com o preço do *Iphone*, Barbie afirma: “ - É *óbvio* que eu sou a favor da Reforma da Previdência. Ai, sinceramente, esse assunto de reforma da previdência está chato já. Na boa, se aposenta quem quer”. Enquanto Barbie conversa com o olhar em direção para a câmera, ela mexe no cabelo, em postura despretensiosa. Ao responder que obviamente apoiava a Reforma, ela enfatiza o adjetivo “óbvio”. Conforme ela discorre sua opinião, seu tom de voz revela desinteresse com relação ao tema, o que é confirmado quando ela adjetiva a discussão sobre a reforma da previdência: “está chato já”. O advérbio de tempo “já” é utilizado por Barbie para demonstrar que ela está cansada de debater e ouvir sobre o assunto, que o considera repetitivo, enfadonho.

Figura 70 – Barbie Fascista se declara a favor da Reforma da Previdência



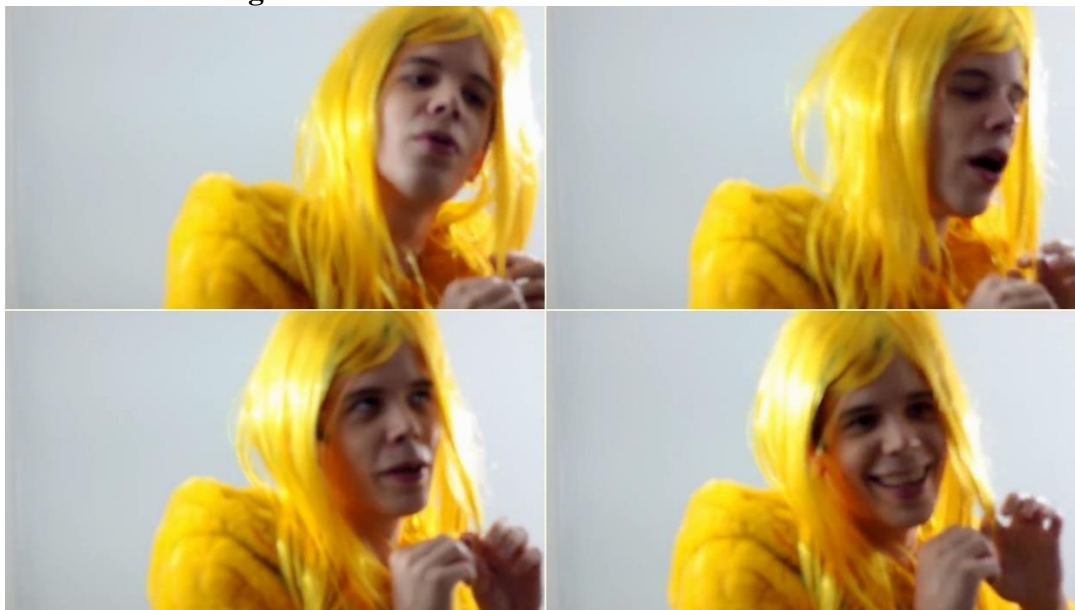
Fonte: *Entrevista com a Barbie Fascista real*¹³⁴

¹³⁴ Sequência disponível em *Entrevista com a Barbie Fascista real*, respectivamente 00:30, 00:32, 00:33 e 00:35.

Já mostramos que nesse enunciado o efeito de humor é causado principalmente pelas revelações que a Barbie Fascista faz ao final de suas falas, em tom irônico. Nesse caso, ela conclui sua argumentação ao dizer, aos 3 minutos e 33 segundos: “- Eu, por exemplo, já me aposentei. Meu pai me ajudou”. Novamente ela sorri com ingenuidade para a câmera. Logo em seguida, aos 03 minutos e 37 segundos, há uma mudança de enfoque da câmera, criando a impressão de estarmos assistindo a uma cena dos bastidores, que não deveria estar sendo vista por ninguém. Em tom de quem conta um segredo, Barbie cochicha para o entrevistador: “- Moço, olha só: o meu pai tinha me pedido para não contar isso para ninguém, eu acho melhor a gente cortar, né?!”.

Pelo fato da personagem ser extremamente jovem e não aparentar ter nenhum problema de saúde, a única maneira possível para que ela tenha se aposentado é a partir de alguma ação fraudulenta, corrupta. Como já mencionamos, a campanha de Jair Bolsonaro veiculou, pelo Plano de Governo¹³⁵ e por suas ações na mídia, que seu principal objetivo seria combater a corrupção, que ficou muito atrelada ao Partido dos Trabalhadores por conta de fatores como a mídia e a ação da Operação Lava Jato. Assim sendo, é contraditório que uma personagem que se diz contrária à corrupção já tenha se aposentado, com a “ajuda” de seu pai. Percebemos que sua aposentadoria foi ilícita por conta do apelo feito por Barbie para retirar sua confissão da entrevista, já que seu pai havia pedido para que ela mantivesse isso em segredo. A imagem desfocada, associada ao volume baixo da voz, sugerem que o assunto deve ser mantido em sigilo, conforme podemos ver na Figura 71.

¹³⁵ Quando acessamos o Plano de Governo disponibilizado pelo Tribunal Superior Eleitoral, em <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/candidaturas/oficial/2018/BR/BR/2022802018/280000614517//proposta_1534284632231.pdf>, verificamos que o nome do arquivo é *Projeto Fênix*. A Fênix é um pássaro da mitologia grega, que tem a capacidade de morrer, em chamas, mas renascer das cinzas. Portanto, é possível inferir que o nome do projeto faz alusão aos governos anteriores, como se tivessem deixado o país nas cinzas e que, com o novo governo (de Bolsonaro, com a promessa da “nova política”), este iria renascer.

Figura 71- Barbie Fascista em cena dos bastidores

Fonte: *Entrevista com a Barbie Fascista real*¹³⁶

Podemos concluir que tanto a personagem Barbie Fascista do enunciado meme (Figura 68) quanto a representada pelo vídeo da Entrevista (Figuras 70 e 71) se posicionam da mesma maneira com relação à Reforma da Previdência, o que demonstra a existência de um padrão da personagem no imaginário social. Lembremos que o vídeo se inspirou justamente nos memes e como estes representavam os eleitores bolsonaristas, sobretudo a mulher bolsonarista com a figura da Barbie. Tanto vídeo quanto os memes são réplicas ao contexto político do Brasil, ainda que com datas de publicação divergentes, pois compreendemos que em todo enunciado habitam várias vozes, o que permite seu entrecruzamento.

Os enunciados não são indiferentes entre si nem se bastam cada um a si mesmos; uns conhecem os outros e se refletem mutuamente uns nos outros. Esses reflexos mútuos lhes determinam o caráter. Cada enunciado é pleno de ecos e ressonâncias de outros enunciados com os quais está ligado pela identidade da esfera de comunicação discursiva. Cada enunciado deve ser visto antes de tudo como uma *resposta* aos enunciados precedentes de um determinado campo (aqui concebemos a palavra “resposta” no sentido mais amplo): ela os rejeita, confirma, completa, baseia-se neles, subentende-os como conhecidos, de certo modo os leva em conta (BAKHTIN, 2011, p. 297).

¹³⁶ Sequência disponível em *Entrevista com a Barbie Fascista real*, respectivamente 03:36, 03:37, 03:38 e 03:40.

É importante que nos atentemos ao tom dos enunciados, às nuances veladas e reveladas pela entonação. Quando a Barbie Fascista afirma no meme da Figura 68 que “é só tirar mil reais do seu salário”, ou no vídeo da Entrevista, ao dizer “É óbvio que sou a favor da Reforma da Previdência”, conseguimos perceber como as axiologias desse sujeito preenchem essas palavras, as dotam de significações que nos mostram de qual lugar essa mulher enuncia. Esse fato pode ser percebido mesmo em enunciados escritos, como no meme, pois a entonação extrapola a questão do verbal e, de acordo com Volóchinov (2019, p. 123, grifos do autor),

[...] *sempre está no limite entre o verbal e o extraverbal, entre o dito e o não dito.* Na entonação, a palavra entra em contato direto com a vida. E antes de mais nada, o falante entra em contato com os ouvintes justamente por meio da entonação: a entonação é social *par excellence*. Ela é especialmente sensível em relação a todas as oscilações do ambiente social que circunda o falante.

Diante do que expusemos e analisamos, é possível perceber o quanto a classe social influencia os posicionamentos dos sujeitos, e como é pela linguagem que as diferenças de opiniões e as concordâncias, bem como as axiologias de cada grupo, são reveladas e inseridas no mundo. O que se assume como positivo para um grupo pode ser encarado como negativo para o outro, como é o caso dos enunciados analisados sobre a Reforma da Previdência. Os memes, apesar de sua assinatura contraditória, ou seja, apesar de trazerem em seu conteúdo um enunciado para refutá-lo por meio do humor, nos permitem verificar qual o posicionamento de uma elite econômica sobre determinados assuntos, e como os outros grupos percebem tais declarações. Esse também é o caso do embate entre o feminismo e antifeminismo, tema abordado por memes das páginas que analisamos e que analisaremos no item a seguir.

4.3 Barbie Antifeminista em “Eu não preciso do feminismo”

A temática do antifeminismo é recorrente em diversos enunciados, das mais variadas materialidades e temporalidades, e aparece de maneira mais explícita ou implícita a depender de seu local de circulação. Em nosso capítulo dedicado ao contexto, já expusemos como o filme *Mulheres Perfeitas* (2004) semiotiza o antifeminismo pela aparência e personalidade de algumas personagens e, assim, reflete como a sociedade classifica o feminismo e critica o posicionamento conservador de alguns grupos. Ao

observarmos a trajetória histórica mundial, é possível inferir que o embate entre feminismo e feminino ganha maior dimensão quando governos ultraconservadores assumem a liderança, como foi demonstrado por nós com a análise do movimento promovido por Esposas Tradicionais, as *Tradwives*, que se submetem aos seus maridos e desejam viver como nos anos de 1950.

No Brasil, o debate sobre feminismo e antifeminismo foi intensificado por ocasião das eleições 2018 e, posteriormente, com o governo de Jair Bolsonaro, assim como pela nomeação da pastora evangélica Damares Alves para liderar o Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos (MMFDH). Como já exposto, os memes da Barbie Fascista abordam os assuntos em alta no país e, por serem signos ideológicos, refletem e refratam a realidade de forma irônica, em uma oposição ao bolsonarismo, e deslocam notícias e acontecimentos sérios para as redes sociais, transformando-os em enunciados humorísticos. Em nossa pesquisa, foi-nos possível analisar que as páginas *Barbie Fascista* e *Barbie e Ken Cidadãos de Bem* valeram-se do embate feminismo *versus* feminino em postagens recorrentes, como o meme a seguir, postado em 22 de abril de 2019:

Figura 72 – Meme “Eu não preciso do feminismo”
 Eu não preciso do feminismo. Sou valorizada no meu trabalho e toda feminina e depilada.



Fonte: *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*¹³⁷

¹³⁷

Disponível

em:

<<https://www.facebook.com/barbieekencidadaosdebem/photos/a.1917191568536868/2288476041408417>>. Acesso em: 19 ago. 2019.

No meme da Figura 72, vemos uma Barbie de cabelos escuros e longos, pele clara, alta e magra. Esse meme se diferencia da maioria dos que são postados pelas páginas, já que não traz como ilustração a Barbie tradicional, loira, mas sim uma Barbie morena. Apesar disso, a construção discursiva desse enunciado nos permite identificar que a crítica feita a essa Barbie morena é a mesma dirigida às Barbies loiras, por representarem mulheres pertencentes a uma mesma classe social – ou seja, ela também é classificada pela página como uma Barbie Fascista.

O enunciado verbal é marcado pela ironia, potencializada pelos elementos visuais que representam uma boneca sorridente, com roupas bonitas e dentro dos padrões estéticos, que não aparenta possuir preocupações. A Barbie Fascista afirma não ter necessidade do feminismo e apresenta seus motivos para não o considerar como um movimento válido: em sua opinião, ela não precisa se vincular ou ser representada pelo movimento por ser valorizada no trabalho. Afirma, ainda, que é “*toda* feminina e depilada”, ou seja, acredita que todas as feministas não se depilam e não apresentam nenhuma característica relacionada à feminilidade e, por isso, são mulheres completamente antagônicas a ela.

No enunciado verbal, “*toda*” tem a função de advérbio de intensidade, pois modifica os adjetivos “feminina” e “depilada”, intensificando o sentido de que essa mulher é extremamente delicada, meiga, ou seja, apresenta todas as qualidades atribuídas à feminilidade pela sociedade. Além disso, ela não possui pelos no corpo por se depilar regularmente: a depilação aparece como pauta nesse enunciado porque o padrão estético imposto pela sociedade considera que os pelos são uma característica masculina.

A valorização no mercado de trabalho citada por Barbie trata-se de uma experiência pessoal que não pode ser encarada como referência sobre a condição da maioria das mulheres brasileiras. De acordo com o portal *CNN Brasil*, em matéria¹³⁸ baseada nas estatísticas referentes a gênero divulgadas pelo *IBGE* em 2019, as mulheres ganham 77,7% do salário dos homens. A disparidade salarial que desvaloriza as mulheres acontece ainda que elas sejam mais instruídas que os homens: na faixa etária entre 25 e 34 anos, o percentual de mulheres com ensino superior completo era de 25,1%, enquanto os homens de mesma idade contabilizavam 18,3%.

Essa mesma pesquisa registrou também a quantidade de horas gastas semanalmente por mulheres e homens com as tarefas domésticas. As mulheres têm que

¹³⁸ Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/03/04/mulheres-ganham-77-7-dos-salarios-dos-homens-no-brasil-diz-ibge>>. Acesso em: 18 jan. 2021.

despender quase 23 horas de suas semanas para cuidar da casa e/ou dos filhos, o dobro da dedicação masculina com os afazeres domésticos, de apenas 11 horas por semana. Esse fato mostra ainda ser atual o que foi flagrado no passado por Studart (1984) e Saffioti (1987) em seus estudos, em que as autoras apontavam a naturalização da mulher ao espaço doméstico como lucrativa para a sociedade patriarcal. Isso foi reafirmado por Wolf (2020, p. 43) ao afirmar que “a economia dos países industrializados estaria arrasada se as mulheres não trabalhassem de graça. Segundo a economista Marilyn Waring, em todo o Ocidente ele gera entre 25% e 40% do produto nacional bruto”.

No seio da família, a dominação masculina pode ser observada em praticamente todas as atitudes. Ainda que a mulher trabalhe fora de casa em troca de um salário, cabe-lhe realizar todas as tarefas domésticas. Como, de acordo com o modelo, os afazeres domésticos são considerados “coisas de mulher”, o homem raramente se dispõe a colaborar para tornar menos dura a vida de sua companheira. Não raro, ainda se faz servir, julgando-se no direito de estrilar se o jantar não sai a seu gosto ou se sua mulher não chega a tempo, trazendo-lhe os chinelos.

Isto posto, pode-se concluir que *o patriarcado não se resume a um sistema de dominação*, modelado pela ideologia machista. *Mais do que isto, ele é também um sistema de exploração* (SAFFIOTI, 1987, p. 50, grifos nossos).

Além de conviverem com a desvalorização contínua do mercado de trabalho, que compreende a dificuldade em alcançar cargos de chefia e de não ter salários equiparados aos dos homens que exercem as mesmas funções, as mulheres também são pressionadas por diversos padrões de beleza que acabam se transformando em uma outra jornada de trabalho em suas vidas. De acordo com Wolf (2020), o fim da *mística feminina* e a retomada dos espaços de trabalho pelas mulheres levou o patriarcado a intensificar o que a autora denominou *mito da beleza*, um padrão inalcançável que faz com que as mulheres invistam seu tempo e dinheiro com produtos, procedimentos de beleza e cirurgias plásticas. Ainda para a autora, o mito da beleza privilegia o capital masculino e a manutenção do patriarcado por, na realidade, não ter “[...] absolutamente nada a ver com as mulheres. Ele gira em torno das instituições masculinas e do poder institucional dos homens” (WOLF, 2020, p. 31).

Desse modo, o meme da Figura 72 aponta como o movimento antifeminista, encorajado por sujeitos conservadores e de uma elite econômica, veicula suas axiologias acerca do feminismo, em valoração pejorativa. No enunciado, a relação entre feminino e depilação demonstra como os padrões de beleza são compreendidos como verdadeiros

para determinados grupos e, diante disso, vemos como o mito da beleza consegue ditar inúmeras pressões estéticas para as mulheres. A falta de depilação passa a ser vista como antinatural, ainda que os pelos sejam naturais no corpo dos seres humanos e, inclusive, necessários para inúmeras funções, como regulação de temperatura e proteção.

Estamos em meio a uma violenta reação contra o feminismo que emprega imagens da beleza feminina como uma arma política contra a evolução da mulher: o mito da beleza. Ele é a versão moderna de um reflexo social em vigor desde a Revolução Industrial. À medida que as mulheres se liberaram da Mística Feminina da domesticidade, o mito da beleza invadiu esse terreno perdido, expandindo-se enquanto a mística definhava, para assumir sua tarefa de controle social (WOLF, 2020, pp. 26, 27).

Já mencionamos como os memes BF fazem empréstimo de alguns discursos comumente proferidos por bolsonaristas e os apresentam em tom irônico, invertendo-os. Os autores das páginas, portanto, se valem do discurso alheio e o reconfiguram com sua marca autoral ácida. Nem todos os memes apresentam aspas no enunciado verbal para marcar o discurso do outro, mas ainda assim é possível identificar o discurso alheio e a mudança de seu tom, alterado pela composição visual e, às vezes, de alguns elementos verbais. Volóchinov (2017), em suas considerações sobre o “problema do discurso alheio”, elenca:

O discurso alheio é concebido pelo falante como um enunciado de outro sujeito, em princípio totalmente autônomo, finalizado do ponto de vista da construção e fora do contexto em questão. É justamente dessa existência independente que o discurso alheio é transferido para o contexto autoral, mantendo ao mesmo tempo o seu conteúdo objetivo e ao menos rudimentos da sua integridade linguística e da independência construtiva inicial (VOLÓCHINOV, 2017, p. 250).

Os memes transmitem a palavra alheia, ou seja, o discurso dos bolsonaristas, para os seguidores das páginas e usuários da internet com um projeto de dizer que privilegia o riso. A interação revela as ideologias, a classe e a voz social dos usuários que concordam com as postagens, o que nos permite refletir sobre a ação das forças centrípetas e centrífugas em ação. De um lado, temos discursos conservadores que enunciam sobre valores cristãos, moral e bons costumes (monológicos), enquanto os memes tentam irromper como resistência, por meio do riso que ridiculariza os apoiadores bolsonaristas. Como afirma Volóchinov (2017, p. 252), a transmissão do discurso alheio “[...] é voltada para um terceiro, isto é, àquele a quem são transmitidas as palavras alheias. Essa

orientação para um terceiro é especialmente importante, pois ela acentua a influência das forças sociais organizadas sobre a percepção do discurso”.

O próximo meme que analisaremos foi postado pela página *Barbie Fascista* em 11 de outubro de 2018, data próxima a criação da página e das eleições presidenciais. Esse enunciado faz referência explícita ao embate exposto por nós até aqui. A postagem parece ter sido feita a partir da captura de tela de uma publicação da página *Barbie Fascista* no *Twitter*, mas que foi reproduzida também no *Facebook*.

Figura 73 – Barbies feministas *versus* Barbies femininas



Fonte: *Barbie Fascista*¹³⁹

O meme apresenta duas imagens diferentes com bonecas Barbies: à esquerda, bonecas com a aparência suja, os cabelos desgrenhados e os corpos desnudos aparecem empilhadas. Abaixo dessa imagem lemos “feministas”, em letras amarelas, destacadas sobre a foto. Enquanto isso, à direita, vemos quatro Barbies loiras, de cabelos arrumados e lisos. Todas essas bonecas usam vestidos em tons de rosa, salto alto e acessórios, como cintos e bolsas. Os vestidos marcam a cintura das bonecas e revelam discretamente seu colo e suas pernas, de modo a conferir feminilidade e, ao mesmo, sensualidade. Abaixo das bonecas, lemos “femininas”, também destacado em amarelo.

¹³⁹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/barbiefascista/photos/2129147047334649>>. Acesso em: 14 ago. 2019.

A disposição das duas imagens na Figura 73, colocadas lado a lado como em uma tabela comparativa, demonstra uma oposição entre mulheres feministas e femininas, acentuada pela representação contrastante dos dois grupos de bonecas. As feministas são representadas como sujas e estão nuas em referência a algumas manifestações em que mulheres protestam com os seios à mostra. As mulheres femininas, por sua vez, são representadas de acordo com o padrão estético vigente na sociedade, que considera a meiguice, a delicadeza e doçura como características inerentemente femininas, ao passo que aquilo que se opõe a isso é considerado como feio, inferior.

Ainda que o enunciado verbal da Figura 73 seja composto verbalmente por apenas duas palavras, ao relacionarmos seu sentido semântico ao visual conseguimos apreender as axiologias veiculadas por elas. Isso acontece porque

[...] a expressividade de determinadas palavras não é uma propriedade da própria palavra como unidade da língua e não decorre imediatamente do significado dessas palavras; essa expressão ou é uma expressão típica de gênero, ou é um eco de uma expressão individual alheia, que torna a palavra uma espécie de representante da plenitude do enunciado do outro como posição valorativa determinada (BAKHTIN, 2011, p. 295).

Como os enunciados são elos que se desdobram e ecoam em novos enunciados, as páginas que postam os memes da Barbie Fascista não foram as únicas a abordar sobre o tema na rede. Em postagem anterior, de junho de 2017, a página *Mulher Conservadora* postou um quadro que elenca as principais diferenças entre a “mulher feminista” e a “mulher conservadora”.

Figura 74 – Diferenças entre mulher feminista e mulher conservadora



Fonte: *Mulher Conservadora*¹⁴⁰

O tom emotivo-volitivo dos enunciados pode diferir, mas estabelecem entre si uma relação de diálogo. O objetivo do meme da Figura 73 é o de criticar os sujeitos conservadores que se posicionam contrários ao feminismo, nesse caso em uma polêmica velada, mas que pela característica irônica da página se revela. Já o enunciado da Figura 74 foi postado por uma página de conteúdo conservador, que se adjetiva e identifica dessa forma a partir do nome *Mulher Conservadora*. Portanto, a publicação foi direcionada a um auditório social específico, pois os usuários que curtem a página o fazem por concordarem com suas postagens e, portanto, com as avaliações elencadas como verdades sobre a dualidade entre mulheres feministas e femininas.

Na Figura 74, duas mulheres são representadas por desenhos, uma em cada extremo da imagem. À esquerda, abaixo da descrição “mulher feminista”, vemos uma mulher de cabelos curtos e vermelhos, com expressão facial dura e cenho franzido. Suas roupas são curtas e deixam o corpo à mostra, de modo a evidenciar os pelos em suas pernas, axilas, barriga e entre seus seios caídos. À direita da figura, no canto inferior, uma mulher é representada com cabelos longos, bochechas rosadas e expressão facial amena.

140

Disponível

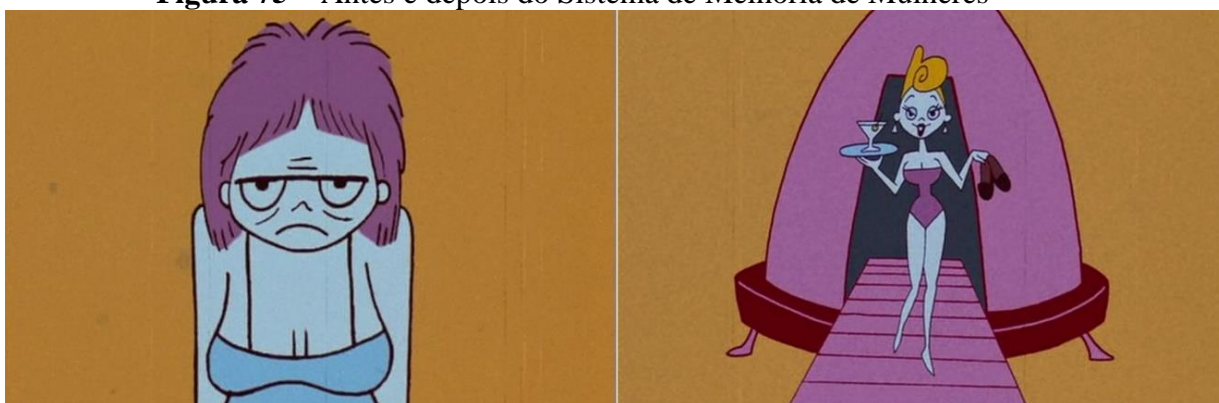
em:

<<https://www.facebook.com/mulherconservadora/photos/a.1394004820625136/1949640728394873/?type=3&theater>>. Acesso em: 29 set. 2019.

Suas roupas cobrem todo o seu corpo, ela usa uma camisa de gola alta, de forma a esconder seus seios em sinal de recato, e uma saia longa, que representa feminilidade.

Essa representação nos remete a uma cena do filme *Mulheres Perfeitas* (2004), em que o personagem Mike apresenta um vídeo demonstrativo sobre o *Sistema de Melhoria de Mulheres* (que descrevemos no item 1.4 deste trabalho). Esse sistema transformava, por meio de um aparelho, “uma mulher deprimida e insatisfeita” (nas palavras de Mike) em uma esposa dentro dos padrões de Stepford – uma mulher perfeita.

Figura 75 – Antes e depois do Sistema de Melhoria de Mulheres



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)¹⁴¹

Chamamos a atenção para as semelhanças entre as representações da mulher feminista, na Figura 73, e da mulher “deprimida e insatisfeita”, à esquerda da Figura 75. Ambas têm cabelos curtos, coloridos e desalinhados, suas expressões faciais são marcantes e remetem a irritação. Os seios das duas mulheres são caídos e elas vestem roupas que revelam essa característica. Assim, vemos que existe uma recorrência na representação do que não é concebido socialmente como feminino. Ao compararmos a data do enunciado fílmico com a data da publicação da postagem da Figura 74, encontraremos um intervalo de 13 anos, o que reafirma nossas considerações de que esse tipo de representação não é recente, mas pode ser encarado como um mito, que revela ideologias, discursos conservadores, machistas e preconceituosos. Sobre isso, Friedan discorre que

O mito de que as feministas eram “monstros antinaturais” baseava-se na crença de que destruir a submissão da mulher, ordenada por Deus, seria destruir o lar e escravizar os homens. Tais mitos surgem em todas as revoluções que fazem progredir uma parcela da família humana no

¹⁴¹ Imagens capturadas a partir do filme *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente em 01:05:34 e 01:06:27.

sentido da igualdade. Sejam as feministas representadas como seres desumanos, furiosas devoradoras de homens, ofensoras de Deus, ou nos termos modernos como pervertidas sexuais, não diferem nisso do estereótipo do membro de sindicato anarquista, ou do negro encarado como animal primitivo (FRIEDAN, 2020, p. 99).

Enquanto as representações de mulheres fora do padrão estético se assemelham nos dois enunciados, a caracterização da mulher feminina é divergente. Na figura 74, a mulher é representada como recatada, meiga, casada e de família (de acordo com o enunciado verbal). Enquanto isso, a mulher da figura 75 aparece, após sua transformação, representada de forma sensual, com as curvas bem definidas, lábios carnudos entreabertos e pernas à mostra. Existe uma ambivalência na representação da feminilidade: a mulher perfeita aparece como submissa, “bela, recatada e do lar”, ou como um símbolo sexual. Isso é exposto por Studart (1984), ao classificar que a mulher na sociedade patriarcal é um “objeto de cama e mesa”.

Voltemos ao enunciado verbal da Figura 74. Diversas afirmações são feitas sobre a aparência e personalidade das feministas e femininas, sempre em oposição entre as duas mulheres. A mulher feminina é descrita por adjetivos como “conservadora”, “recatada” e “cheirosa”, todos valorados positivamente. Nenhum adjetivo é utilizado para descrever a mulher feminista, mas, a partir da leitura do quadro, compreende-se a avaliação negativa do enunciador a esse “tipo” de mulher.

De acordo com esse enunciado, as mulheres feministas “não têm marido”, são solteiras porque, de acordo com as descrições subsequentes, não são desejáveis perante os padrões estéticos. Elas não têm pudor pois fazem “protesto mostrando peito e bunda”, ao contrário das mulheres femininas, que são “recatadas”. O enunciado afirma que as feministas têm pelos nas axilas, enquanto as femininas cuidam da aparência, são “bem cuidadas e cheirosas”. A menção aos pelos e sua associação ao feminismo estabelece uma relação dialógica com o primeiro meme analisado por nós nesse item, correspondente a Figura 72, em que o enunciado afirma que a Barbie Fascista é “toda depilada”.

No trecho “Pensa que agindo como homem terá mais direitos na sociedade”, há uma consonância com o proposto por Freud de que a mulher tem inveja do falo. Como o enunciado atribui todas as manifestações feministas como masculinizadas, assume que as feministas agem como homens para conquistar direitos. As mulheres feministas são ainda rotuladas como misândricas, de acordo com o enunciado elas têm aversão aos homens porque consideram que “[...] todo homem é machista e opressor”. A última afirmação, “seu *hobby* é abortar”, faz referência à legalização do aborto, uma das pautas do

movimento feminista. Em um país em que o aborto é considerado ilegal, salvo em algumas exceções, esse enunciado acaba por classificar essa mulher como transgressora da lei, criminosa. Além disso, a palavra *hobby* refere-se a uma atividade prazerosa, ou seja, de acordo com esse enunciado, a mulher feminista sente prazer em abortar.

As descrições positivas sobre a mulher feminina nos remetem e estão dialogicamente conectadas na cadeia discursiva com alguns enunciados já apresentados neste trabalho. A afirmação “é recatada” estabelece diálogo com a matéria da *Veja*, de 2016, sobre Marcela Temer, intitulada “Bela, recatada e do lar”, que analisamos no capítulo de contexto. O recato e o pudor são características positivas para o conservadorismo, pois se relaciona com os valores da “moral e bons costumes”.

O trecho “sabe que precisa do seu marido, do mesmo modo que ele precisa dela. *Sabe que homens e mulheres têm funções diferentes*” (grifos nossos) concorda com os papéis de gênero estabelecidos pela sociedade patriarcal, e os assume como naturais, biológicos. Essa visão foi refutada por Beauvoir (2009a; 2009b) em sua célebre afirmação de que

Ninguém nasce mulher: torna-se mulher. Nenhum destino biológico, psíquico, econômico define a forma que a fêmea humana assume no seio da sociedade; é o conjunto da civilização que elabora esse produto intermediário entre o macho e o castrado, que qualificam de feminino. Somente a mediação de outrem pode constituir um indivíduo como um *Outro* (BEAUVOIR, 2009b, p. 307).

De acordo com a ideologia conservadora, o homem assume o papel de completar a mulher, visto que cada um “têm funções diferentes”. Portanto, essa visão assume que uma mulher solteira, como a mulher feminista, é solitária e incompleta por não ter um parceiro. Ainda de acordo com Beauvoir (2009b, p. 551, grifos nossos), “a mulher, casando, recebe como feudo uma parcela do mundo; garantias legais a protegem contra os caprichos do homem; mas ela torna-se vassala dele. [...] Ela toma-lhe o nome, associa-se a seu culto, integra-se em sua classe, em seu meio; pertence à família dele, *fica sendo sua “metade”*”.

Pensemos novamente no filme *Mulheres Perfeitas* (2004) e na trajetória da personagem principal, Joanna Eberhart. No início do filme, Joanna veste roupas totalmente fechadas, em tons de preto. Seus cabelos são penteados para trás, em um corte similar aos comumente usados por homens. Ela fala para multidões e é ovacionada pelos trabalhos que lidera. Quando se muda para Stepford, logo após ser demitida e enfrentar

uma crise pessoal, Joanna aparece nas cenas ainda em vestes pretas, mas já há uma mudança na escolha de cores, com o acréscimo de tons cinzas. Seus cabelos ainda curtos parecem bagunçados e sua postura corporal, antes totalmente ereta e ativa, apresenta encurvamento, demonstração de sua incompatibilidade com o lugar. O que aqui expusemos pode ser visto na primeira e segunda captura de tela da Figura 76:

Figura 76 – Trajetória visual de Joanna até sua *Stepfordização*



Fonte: *Mulheres Perfeitas* (2004)¹⁴²

A terceira captura de tela (Figura 76) foi feita a partir da cena em que Joanna aparece pela primeira vez sem suas habituais roupas pretas. A mudança no visual foi motivada por uma conversa com o marido Walter, que sugere que ela não vista mais peças pretas por estar no interior e não transmitir a ideia de ser uma “executiva megera e castradora”. Os cabelos de Joanna ficam mais soltos e ela usa uma tiara rosa com laço. Joanna veste um avental, símbolo do trabalho doméstico e do servir ao outro, e um vestido em tom de rosa pastel. Não por coincidência a cozinha é o cenário em que se passa a cena, o que demonstra o início da associação da imagem da personagem com o espaço doméstico.

A última captura mostra Joanna após simular seu processo de *stepfordização*. Os cabelos dela mudam de cor, passam a ser loiros e longos, em um penteado elegante. A personagem usa um vestido claro, justo ao corpo, que a faz parecer mais magra. Essas

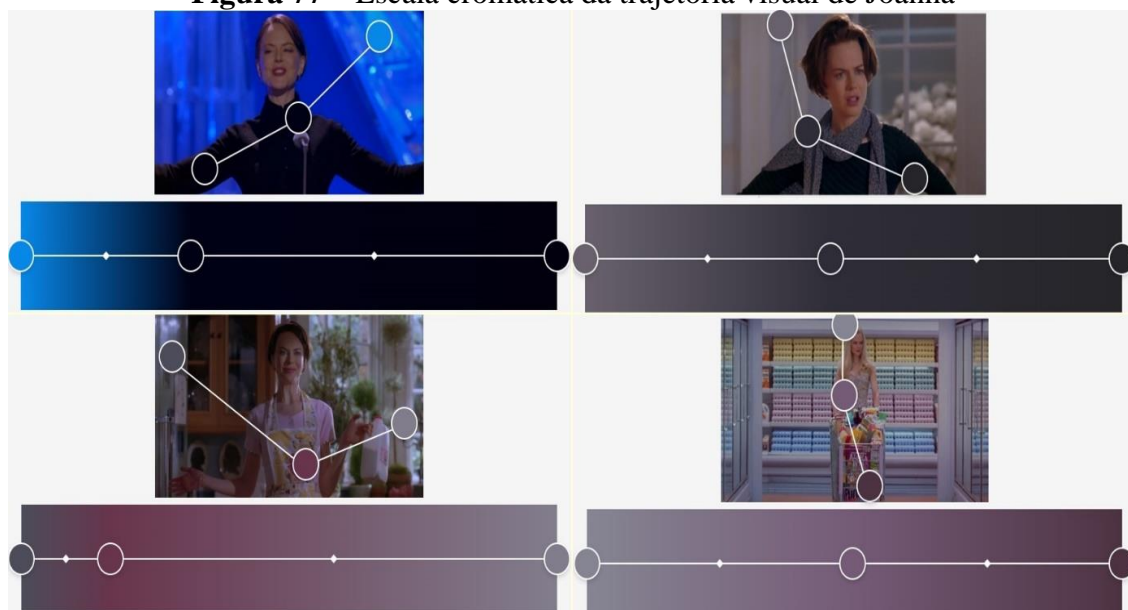
¹⁴² Imagens capturadas a partir do filme *Mulheres Perfeitas* (2004), respectivamente em 00:03:58, 00:19:22, 00:31:58 e 01:11:32.

novas características nos remetem a imagem da boneca Barbie e, ao considerarmos que as mulheres de Stepford não tinham vontade própria, podemos afirmar que eram como bonecas nas mãos de seus maridos. Todos os enunciados analisados neste subitem demonstram como a caracterização do feminino é construída de maneira positivamente valorada para sujeitos com ideologias tradicionais e conservadoras.

O feminismo se apresenta como crítica em relação ao patriarcado na forma de Estado, Mídia, Igreja, Família, Capital. Todas essas instituições vendem sua ideologia como discurso verdadeiro, essencializando o feminino e as mulheres como suas portadoras. É bom lembrar que as vozes nunca são neutras. As vozes feministas, antirracistas e cientes da luta de classes em nossa sociedade alertam que há algo de errado na pretensa neutralidade da sociedade patriarcal, ela mesma uma grande propaganda, um sistema de autoelogio que precisa desabonar o outro para sobreviver. Daí a invenção do feminino (TIBURI, 2019, p. 51).

A transformação da imagem visual de Joanna nos faz acompanhar sua submissão ao modelo de Stepford, à princípio para tentar se enquadrar e atender um desejo do marido e, depois, para simular que havia sido robotizada pelo marido. Compreendemos que, no filme, o processo de *stepfordização* representa o ápice de feminilidade, que deve ser almejado e alcançado por todas as habitantes para que se enquadrem aos padrões de Stepford de esposa ideal: servas robotizadas do marido.

Figura 77 – Escala cromática da trajetória visual de Joanna



Fonte: Produção nossa¹⁴³

¹⁴³ A extração cromática dos gradientes foi feita pelo aplicativo *Adobe Colors*. A interpretação dos dados foi pautada nos estudos de Guimarães (2004) e Heller (2013).

Para ilustrar como as cores se alteraram atreladas ao percurso da personagem, extraímos os gradientes das capturas de tela apresentadas na Figura 77, que demonstram as transições de cores de cada imagem e a predominância dos tons. As alterações sofridas por Joanna são acompanhadas ao longo do filme por uma mudança também nas cores e cenários do filme. Cores mais escuras e chamativas, que demonstram seu poder e rigidez, aparecem nas cenas anteriores a sua chegada em Stepford. Conforme as mudanças em seu visual acontecem, as tomadas ficam cada vez mais claras, como se as cenas tivessem sido gravadas à luz do dia. Também podemos verificar a recorrência de tons pastéis, o que confere uma atmosfera de mais casualidade, romantismo e perfeição¹⁴⁴, condizentes com a proposta de Stepford.

As cores, as entonações dos enunciados, as expressões corporais/faciais indicadas nos personagens, todos esses elementos conferem ao enunciado sentido, são manifestações da linguagem e, por isso, evidenciamos sua presença e importância. “Qualquer fenômeno ideológico sócio é dado em algum material: no som, na massa física, na cor, no movimento do corpo e assim por diante” (VOLÓCHINOV, 2017, p. 94).

Os memes da Barbie Fascista, ao demonstrarem a posição e ideologia antifeminista presentes no discurso de mulheres conservadoras, bolsonaristas representadas pela boneca Barbie, demonstram como o feminismo é valorado por esse grupo em específico e nos fornece um vislumbre do embate entre classes sociais existente nesse momento histórico no país. Tanto nos memes quanto nos enunciados aqui mobilizados para cotejo, percebemos que a representação da mulher feminina sempre é valorada de forma positiva, seja no verbal, com adjetivos que exaltam suas qualidades, seja no visual, com cores suaves, que remetem delicadeza. A aparência física das mulheres consideradas femininas nesses enunciados é sempre próxima do padrão imposto pela sociedade, em contraste com a aparência das feministas, descritas e representadas como sujas, fora do padrão.

Enquanto a maternidade, a docilidade e cuidado com o lar se atrelam ao que é entendido por feminino, os enunciados analisados atribuem às feministas a solidão, o temperamento difícil e a transgressão de normas e princípios. Ao se referir às mulheres, sejam elas femininas ou feministas, os enunciados demonstram que a rotulação social do que é ser mulher é abrangente e tenta sempre impor papéis, sejam elas desejáveis ou não.

¹⁴⁴ Essas características também foram apontadas por nós na análise do documentário da *BBC* sobre a *tradwife* Alena Pettitt, e que se encontra no capítulo de contexto.

COME ON BARBIE, LET'S GO PARTY¹⁴⁵: considerações finais

Em meio aos inúmeros discursos que circulam nas redes sociais, os memes da Barbie Fascista surgiram em 2018, conturbado momento político no Brasil. Observamos que o movimento dialógico das redes promove ininterruptas interações, que suscitam as mais variadas respostas. Os memes com a figura da boneca da *Mattel* se estabeleceram em páginas do *Facebook* como réplicas responsivas-responsáveis (e resistentes) ao bolsonarismo e aos posicionamentos dos sujeitos que o apoiavam.

Os eventos políticos a partir de 2016, com o *impeachment* de Dilma Rousseff e o governo de Michel Temer, influenciaram e culminaram na atmosfera polarizada das eleições de 2018. A prisão de Luiz Inácio Lula da Silva, em abril de 2018, alterou os rumos da corrida eleitoral, visto que o então candidato possuía a maioria das intenções de voto. O Brasil se dividiu em grupos antipetistas, com suas camisas verde e amarelo, e os que se opunham a Bolsonaro, como os participantes das manifestações *#EleNão*.

A figura da boneca mais famosa do mundo, a Barbie, estampou os memes no *Facebook*, e foi ressignificada em Barbie Fascista. Esses enunciados foram muito compartilhados entre os internautas e, com sua circulação expressiva, indagamo-nos sobre o motivo da boneca ter sido a figura eleita pelas páginas para caracterizar um tipo social de mulher. A partir de nossas pesquisas sobre a história de criação da Barbie pela *Mattel*, em 1959, bem como pela análise de comerciais de diferentes momentos da marca, pudemos verificar que a Barbie é um produto de consumo impregnado de valores sociais, pois vende e propaga um padrão de beleza que se perpetuou em nossa sociedade.

A figura da mulher de plástico loira, branca, muito alta e magra se consolidou como imagem feminina ideal para milhares de meninas e mulheres ao longo dos seus sessenta anos de existência. Quando a *Mattel* apresentou queda nas vendas, atualizou a linha de bonecas, com a premissa de promover mais representatividade e inclusão, mas principalmente para não perder um nicho de mercado que exigia modificações. Contudo, muitos são os aspectos das “novas” bonecas que ainda diferem significativamente dos corpos reais.

Os corpos gordos são representados nas bonecas com curvas sutis, o que não condiz com a realidade. Nas publicidades e divulgações da marca nas redes sociais, a boneca tradicional loira ainda possui maior destaque, sendo que as bonecas diferentes

¹⁴⁵ “Vamos, Barbie, vamos festejar”, tradução nossa. Trecho da música *Barbie Girl*, da banda *Aqua* (1997).

dessa configuração são conhecidas como “amigas da Barbie”. Barbie tem várias casas, acessórios, roupas, carros, enfim, não representa a condição financeira da maioria das crianças que a consomem e das mulheres que nela se inspiram. Por representar e incentivar essa beleza inalcançável, Barbie não inclui. Pelo contrário, a boneca privilegia um padrão hegemônico de magreza, a pele branca e poder econômico elevado.

Ao longo dos séculos, os padrões de beleza exigidos das mulheres se modificaram, para acompanhar as mudanças sócio-históricas e continuar a submetê-las ao poder do patriarcado. Em nossa análise sobre o filme *Mulheres Perfeitas* (2004), trouxemos trechos que demonstraram como a mulher robotizada no filme se assemelha à boneca Barbie, padrão de mulher ideal. O comportamento de mulher “bela, recatada e do lar”, há poucos anos exposto pela mídia brasileira como modelo a ser seguido, pode ser visto nas mulheres robôs de Stepford, assim como na boneca Barbie, já que a *Mattel* dedicou milhões de dólares para construir a imagem de um brinquedo adequado, atrelado aos valores de família.

A submissão feminina não é apenas tema que motiva a ficção. Com a ascensão de governos autoritários, de caráter ultraconservador e tradicional, observamos que movimentos antifeministas ganharam força ao redor do mundo. O movimento *TradWife* é um exemplo, com participantes que alegam ter o direito de escolher se submeter aos maridos, mas que não percebem reproduzir a voz do patriarcado.

A contextualização dos enunciados memes, assim como de seu contexto extraverbal, foi importante para reafirmarmos como a linguagem, dialógica por essência, tudo conecta. Cientes disso, o método utilizado em todo o trabalho foi o dialético-dialógico (PAULA; FIGUEIREDO; PAULA, 2011), por considerarmos que os sujeitos e seus discursos nunca estão estagnados. Os discursos estão constantemente propensos a réplicas, nunca se esgotam e, ainda que sejam repetidos, não serão mais os mesmos, dada a irrepitibilidade dos enunciados. Com esse percurso metodológico, priorizamos, durante todo o trabalho, abordar a discussão teórica e analítica de maneira correlacionada.

Irrepetíveis, elos na cadeia (BAKHTIN, 2011), os enunciados meme são dialéticos-dialógicas por excelência, pois são criados em solo social e, nas redes, ampliam suas significações para diversos sujeitos, que os respondem em concordância ou refutação. A síntese nunca é declarada, pois não há um enunciado que seja o inaugural ou o derradeiro. Por isso, precisamos de um instrumento que nos auxilie a compreender as conexões existentes entre os enunciados que elegemos como *corpus* principal. A

ferramenta adotada foi o cotejo, que nos possibilitou compreender o contexto extraverbal como característica intrínseca ao enunciado e ampliou seus sentidos.

Confirmamos, a partir de nossa revisão teórica, como a Barbie Fascista se constitui enquanto signo ideológico (VOLÓCHINOV, 2017; 2019), por refletir e refratar as axiologias de mulheres conservadoras, com posicionamentos alienados, que demonstram seu desconhecimento de situações políticas, econômicas e sociais do país. Ao mesmo tempo, por meio da ironia que possibilita a inversão de dizeres (BRAIT, 2008), os memes BF também refletem e refratam os valores do grupo oposto, contrários ao conservadorismo. Portanto, nesses enunciados habitam as contradições ideológicas de grupos distintos, em um embate de forças centrípetas e centrífugas que se acentua pelo local em que circulam, já que a internet possibilita a participação de inúmeros usuários no diálogo.

Na teoria bakhtiniana, o conceito de diálogo não se aproxima do sentido de consenso (FARACO, 2009), mas do entendimento de que cada enunciado é repleto de ecos, de tonalidades, de vozes (BAKHTIN, 2011). Uma das características dos memes da Barbie Fascista é a de estabelecer relação dialógica com acontecimentos políticos e notícias jornalísticas. A maioria dos memes desloca informações recentes da esfera jornalística e midiática, a data de publicação desses enunciados no *Facebook* é sempre próxima a um acontecimento que ganhou destaque na mídia. Por vezes, o conteúdo da reportagem ou enunciado dito por uma figura pública, por exemplo, é reproduzido sem modificações nos memes, mas ainda assim a réplica pode ser percebida, pelos elementos visuais e o uso de aspas para marcar o discurso alheio. Em outros memes, percebemos uma atualização e ressignificação de declarações polêmicas, que também aliados à figura sorridente e privilegiada de Barbie, constroem a ironia e o humor do enunciado.

Verificamos que o riso provocado pelos memes é um riso resistente. Os memes ridicularizam situações políticas e sujeitos bolsonaristas, em forma de repúdio, se estabelecem como enunciado centrífugos que emergem para desestabilizar aquilo que se impõe como oficialidade no país. Ao nos aprofundarmos no conteúdo das páginas *Barbie Fascista* e *Barbie e Ken Cidadãos de Bem*, conseguimos perceber que alguns temas eram recorrentes nos memes e, devido a importância que suas discussões suscitam, fizemos um recorte dos três mais abordados: o antipetismo, o antifeminismo e a realidade socioeconômica do país.

O antipetismo, como já mencionado, se exacerbou no país em 2016, com o *impeachment* de Dilma, pelas ações da *Operação Lava Jato* e com a prisão de Lula. Os

memes que expõem esse sentimento apresentam *hashtags* e enunciados verbais com frases como “PT não”, e demonstram a exacerbação dos bolsonaristas ao se referirem ao *Partido dos Trabalhadores*, tom que é marcado discursivamente pelo uso de pontos de interrogação e letras garrafais, por exemplo. Os memes criticam o apoio de algumas mulheres por apoiarem Bolsonaro, mesmo com suas declarações misóginas. Desse modo, os memes se estabelecem em consonância com o movimento *#EleNão*, fomentado por mulheres nas redes sociais e deslocado para as ruas em outubro de 2018, contra a eleição de Bolsonaro. A alienação do sujeito quanto a sua condição (MARX, 2007), situação comum nas sociedades capitalistas, nos auxilia a compreender o comportamento de sujeitos que concordam e defendem aqueles que oprimem suas individualidades.

Ao emitir suas avaliações políticas, sociais e econômicas sobre o país, Barbie emite posicionamentos apenas de seu lugar de fala, sem o movimento exotópico e empático do olhar para o outro. Verificamos como a disparidade das classes sociais no país norteia as lutas de classe, não apenas em nível econômico, mas principalmente nas questões socioculturais (RIBEIRO, 2018). As classes se digladiam na busca por recursos e acesso a capitais, mas a elite sempre detém a maior parte tanto dos recursos materiais, quanto dos imateriais, como saúde, status e educação. A partir do momento em que jovens de classes baixas e vulneráveis começaram a ingressar no Ensino Superior, as estruturas do sistema foram afetadas, o que gerou revolta nas classes dominantes, tornando afirmações como as da Barbie Fascista comuns.

Cada grupo, cada classe social se manifesta de acordo com seus interesses, a partir das experiências vivenciadas e das ideologias que permeiam a interação entre sujeitos. Em cada horizonte ideológico, determinado pelo tempo e espaço, os sujeitos manifestam suas axiologias e suscitam signos ideológicos que refletem e refratam sua realidade. Esse é o caso, por exemplo, do embate entre feminino e feminismo, que se estabelecem como signos contraditórios para grupos sociais distintos. Conforme observamos, para os conservadores, como as *tradwives*, o signo da feminilidade possui valor positivo, enquanto o feminismo é encarado como revolucionário, transgressor e atrelado ao que foge do padrão esperado pelas mulheres, tanto comportamental quanto de aparência física.

Algumas recorrências ficaram evidentes ao longo do contato com o *corpus*. A cor *pink*, símbolo da Barbie, foi incorporado no ideário como a cor da feminilidade, e é utilizado nos memes, em acessórios, roupas e maquiagens da boneca como um indicador da alienação das mulheres bolsonaristas. Os acessórios extravagantes e roupas da moda

usados pela boneca demonstram seu padrão econômico elevado, ou seja, os memes criticam principalmente as mulheres da elite econômica brasileira.

Abordamos o estudo das cores em nosso trabalho e, com isso, conferimos que a feminilidade é representada nos cenários de diversos enunciados por cores claras, geralmente tons pastéis. As características físicas das mulheres femininas seguem uma representação similar em enunciados diferentes: ou muito sensual, com as curvas marcadas, roupa provocantes, ou delicada e recatada, para afirmar seu comprometimento e servidão ao marido, filhos e trabalhos domésticos. As mulheres feministas, por sua vez, são representadas como avessas à feminilidade, feias de acordo com o padrão imposto pelo *mito da beleza* (WOLF, 2020). Elas são representadas com expressões insatisfeitas, com a aparência física desleixada, com pelos no corpo e solitárias, porque de acordo com os enunciados antifeministas, elas não conseguem um homem por não serem desejáveis.

Apresentamos, portanto, os temas mais frequentes dos memes da Barbie Fascista, de modo a conduzir um retrato do Brasil em um momento político acentuado pelas polarizações, dualidade, do “nós” contra “eles”. A partir da análise desses enunciados, conseguimos perceber o embate entre vozes sociais que os permeiam, um embate entre o monológico e o dialógico, entre a liberdade social e o conservadorismo.

Consideramos que a relevância deste trabalho está na mobilização de conceitos da teoria bakhtiniana na análise de enunciados que se tornam cada vez mais difundidos nas redes sociais, os memes. Ademais, as contribuições se voltam para os estudos feministas, por conduzir uma análise da representação de um tipo social de mulher, a bolsonarista, e por demonstrar como diversas vozes sociais se manifestam a partir de suas concepções sobre o que é ser mulher na sociedade contemporânea.

REFERÊNCIAS

- ADOBE COLOR WHEEL. *Adobe Color*. Disponível em <https://color.adobe.com/pt/create/color-wheel>. Acesso em: 27 set 2020.
- AMORIM, M. *O pesquisador e seu outro – Bakhtin nas Ciências Humanas*. Rio de Janeiro: MUSA, 2004.
- BAKHTIN, M. M. *Para uma filosofia do ato responsável*. São Carlos: Pedro&João, 2009.
- _____. *Problemas da Poética de Dostoievski*. São Paulo: Forense, 1997.
- _____. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- _____. *Questões de Literatura e de Estética*. São Paulo: UNESP, 1993.
- _____. *Freudismo*. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- _____. *Cultura popular na Idade Média e no Renascimento – o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec, 2010.
- _____. *Gêneros do discurso*. São Paulo: 34, 2016.
- _____. *Questões de estilística no ensino da língua*. Rio de Janeiro: 34, 2012.
- _____. *Teoria do romance I: a estilística*. Rio de Janeiro: 34, 2015.
- _____. *Teoria do romance II: as formas do tempo e do cronotopo*. Rio de Janeiro: 34, 2018.
- BAKHTIN, M. (VOLOSHINOV). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 2014.
- BARBIE primeiro comercial na TV (1959). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Dn9umbpdy2Y>. Acesso em 06 jul. 2020.
- BARBIÉRI, Luiz Felipe. Damares diz que na “concepção cristã” mulher deve ser “submissa” ao homem no casamento. *GI*, Brasília, 16 abr. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/04/16/damares-diz-que-em-sua-concepcao-crista-mulher-deve-ser-submissa-ao-homem-no-casamento.ghtml>. Acesso em 30 jun. 2019.
- BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin, dialogismo e construção do sentido*. Campinas: UNICAMP, 2001.
- _____. (Org.). *Bakhtin: Conceitos-Chave*. São Paulo: Contexto, 2005.
- _____. (Org.). *Bakhtin: Outros Conceitos-Chave*. São Paulo: Contexto, 2007.
- _____. (Org.). *Bakhtin e o Círculo*. São Paulo: Contexto, 2009.
- _____. (Org.). *Bakhtin – Dialogismo e Polifonia*. São Paulo: Contexto, 2009.
- _____. *Ironia em perspectiva polifônica*. Campinas: UNICAMP, 2008.

- BEAUVOIR, S. *O segundo Sexo: Fatos e Mitos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980a.
- BEAUVOIR, S. *O Segundo Sexo: A Experiência Vivida*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980a.
- BUBNOVA, T. Voz, sentido e diálogo em Bakhtin. *Bakhtiniana*, São Paulo, v. 1, n.6, p. 268- 280, 2º semestre, 2011.
- CARAPANÃ. A nova direita e a normalização do nazismo e do fascismo. In: GALLEGO, E. S. (Org.). *O ódio como política: a reinvenção da direita no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2018, pp. 33-41.
- CISNE, Mirla. *Feminismo e consciência de classe no Brasil*. São Paulo: Cortez, 2015.
- DAVIS, A. *Mulheres, Raça e Classe*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- FARACO, C. A. *Linguagem e diálogo*. Curitiba: Criar, 2003.
- FREITAS, M. T. A; Jobim e Souza, S. e Kramer, S. (Orgs.) *Ciências Humanas e Pesquisa – Leituras de Mikhail Bakhtin*. São Paulo: Cortez, 2003.
- FRIEDAN, B. *A Mística Feminina*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020.
- FURTADO, R. *Os diálogos do cotidiano nas redes sociais: a liquidez discursiva nos memes*. São Carlos: Pedro & João Editores, 2019.
- GALLEGO, E. S. (Org.). *O ódio como política: a reinvenção da direita no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2018.
- GERALDI, J. W. Heterocientificidade nos estudos linguísticos. In: GEGe. *Palavras e contrapalavras: enfrentando questões da metodologia bakhtiniana*. Caderno de estudos IV para iniciantes. São Carlos: Pedro & João Editores, 2012, p. 19-39.
- GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores*. São Paulo: Annablume, 2004.
- HAYNES, D. J. *Bakhtin and the visual arts*. Nova Iorque: Cambridge, 2008.
- HELLER, Eva. *A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão*. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.
- HOLQUIST, Michael. *Dialogism: Bakhtin and his World*. London: Routledge, 1990.
- HOLLANDA, H. B. de. *Pensamento feminista: conceitos fundamentais*. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.
- JINKINGS, I.; DORIA, K.; CLETO, M. (Orgs.). *Por que gritamos golpe?: para entender o impeachment e a crise política no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2016.
- KONDER, L. *O que é dialética*. São Paulo: Brasiliense, 2008.

- LINHARES, Juliana. Bela, recatada e do lar. *Veja*, São Paulo, 18 abr. 2016. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>>. Acesso em 30 jun. 2019.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *A Estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- LORD, M. G. *Forever Barbie – The unauthorized biography of a real doll*. New York: Walker & Company, 2004.
- LORDE, Audre. Não existe hierarquia de opressão. In: *Pensamento feminista: conceitos fundamentais*. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019, pp. 235-237.
- LOYOLA, Leandro. Dilma Rousseff, a presidente que poucos ousam contrariar. *Época*, São Paulo, 3 nov. 2014. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/tempo/eleicoes/noticia/2014/11/bdilha-rousseffb-presidente-que-poucos-ousam-contrariar.html>>. Acesso em 30 jun. 2019.
- MARX, K. “O trabalho alienado”. *Manuscritos Econômico-Filosóficos*. 2007. Disponível em: <<https://www.marxists.org/portugues/marx/1844/manuscritos/index.htm>>. Acesso em: 30 ago. 2020.
- MEDVIEDEV, P. N. *Método formal nos estudos literários*. São Paulo: Contexto, 2016.
- MELO, J. R. B. *Vozes sociais em construção: dialogismo, bivocalidade polêmica e autoria no diálogo entre Diário do hospício, O cemitério dos vivos, de Lima Barreto, outros enunciados e outras vozes sociais*. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Ciências e Letras (Campus de Araraquara). 2017.
- MIGUEL, L. F. A reemergência da direita brasileira. In: GALLEGO, E. S. (Org.). *O ódio como política: a reinvenção da direita no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2018, pp.17-27.
- MIOTELLO, V. Ideologia. In: BRAIT, B. (Org.). *Bakhtin: conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2016, pp. 167-177.
- OLINDA, Caroline. A evolução visual de Dilma Rousseff. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 29 mai. 2010. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/a-evolucao-visual-de-dilma-rousseff-0tbmyn9w8f1xk4frvqxwptqa6/>>. Acesso em 30 jun. 2019.
- OZ, F.; RUDNICK, P. *Mulheres Perfeitas*. Paramont: EUA, 2004, 93 min.
- PAULA, L. de. *Verbivocovisualidade: a tridimensionalidade da linguagem*. Assis: UNESP, no prelo (em andamento).

- PAULA, L. de; STAFUZZA, G. (Orgs.). “Círculo de Bakhtin: teoria inclassificável”. Volume 1, *Bakhtin – Inclassificável*. Campinas: Mercado de Letras, 2011.
- _____. “Círculo de Bakhtin: diálogos in possíveis”. Volume 2, *Série Bakhtin – Inclassificável*. Campinas: Mercado de Letras, 2012.
- _____. “Círculo de Bakhtin: pensamento interacional”. Volume 3, *Série Bakhtin – Inclassificável*. Campinas: Mercado de Letras, 2013.
- _____. “Círculo de Bakhtin: concepções em construção”. Volume 4, *Série Bakhtin – Inclassificável*. Campinas: Mercado de Letras, 2019.
- PAULA, L. de; FIGUEREIRO, M. H. de; PAULA, S. L. de. “O marxismo no/do Círculo de Bakhtin”. In: *Slovo – O Círculo de Bakhtin no contexto dos estudos discursivos*. Curitiba: Appris, 2011, v.1, pp. 79-98.
- PAULA, L. de; GAVA, L. M. Mulheres-Maravilhas, as Capitãs Contemporâneas?. *Estudos Linguísticos*, São Paulo, v. 49, n. 2, p. 982-999, jun. 2020. Disponível em: <<https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/2692/1727>>. Acesso em 20 jul. 2019.
- PAULA, L. de; SERNI, N. M. A vida na arte: a verbivocovisualidade do gênero filme musical. *Raído*, Dourados, v. 11, n. 25, p. 178-201, jul. 2017. ISSN 1984-4018. Disponível em: <<http://ojs.ufgd.edu.br/index.php/Raido/article/view/6507>>. Acesso em: 20 jul. 2020.
- PAULA, L. de; OLIVEIRA, F. A. A. de. O signo “resistência” nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil. *Revista ENTRELETRAS* (Araguaína), v. 10, n. 2, p. 350-371, jul/dez 2019.
- PAULA, Luciane de; OLIVEIRA, Fábio Augusto Alves de. A “nação” nas redes sociais e na política brasileira. *Entrepalavras*, Fortaleza, v. 10, n. 3, e1858, p. 1-23, set.-dez./2020. DOI: 10.22168/2237-6321-31858.
- PAULA, L.; SIANI, A. C. Uma análise bakhtiniana da necropolítica brasileira em tempos de pandemia. *Revista da Abralin*, v. 19, n.3, p. 475-503, 2020.
- PETTITT, Alena Kate. What is a Trad Wife?. *The Darling Academy*. Disponível em: <<https://www.thedarlingacademy.com/articles/what-is-a-trad-wife/>>. Acesso em: 28 ago. 2020.
- PETTITT, Alena Kate. Wearing only dresses: choosing a feminine wardrobe. *The Darling Academy*. Disponível em: <<https://www.thedarlingacademy.com/articles/wearing-only-dresses/>>. Acesso em: 28 ago. 2020.

- PETTITT, Alena Kate. The New Stepford: I'm proud to be a traditional housewife. *The Darling Academy*. Disponível em: <<https://www.thedarlingacademy.com/articles/why-im-proud-to-be-a-traditional-housewife-trad-wife/>>. Acesso em: 22 ago. 2020.
- PONZIO, A. *A revolução bakhtiniana*. São Paulo: Contexto, 2008.
- RIBEIRO, D. *O que é: lugar de Fala?* Belo Horizonte: Letramento, 2019.
- RIBEIRO, M. Antipetismo e conservadorismo no Facebook. In: GALLEGOS, E. *O ódio como política: a reinvenção da direita no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 85-91.
- RISTOFF, Dilvo. O novo perfil do campus brasileiro: uma análise do perfil socioeconômico do estudante de graduação. *Avaliação (Campinas)*, Sorocaba, v. 19, n. 3, p. 723-747, nov. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141440772014000300010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 21 jan. 2021.
- ROVERI, Fernanda Theodoro. *Barbie: tudo o que você quer ser...: ou considerações sobre a educação de meninas*. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, 2008.
- SAFFIOTI, H. I. B. *A mulher na sociedade de classes: mito e realidade*. Petrópolis: Vozes, 1976.
- _____, H. I. B. *O poder do macho*. São Paulo: Moderna, 1987.
- SAMPAIO, T. G. A luta por uma educação emancipadora e de qualidade. In: *Por que gritamos golpe? Para entender o impeachment e a crise política no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2016, pp. 145-149.
- SARAIVA, Luiz Alex Silva; NUNES, Adriana de Souza. A efetividade de programas sociais de acesso à educação superior: o caso do ProUni. *Rev. Adm. Pública*, Rio de Janeiro, v. 45, n. 4, p. 941-964, ago. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003476122011000400003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 21 jan. 2021.
- SOMOS Barbie. Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC_h9AO8TltqcMoe2UgropOg>. Acesso em: 02 jul. 2020.
- SOUZA, Jessé. *A elite do atraso: da escravidão a Bolsonaro*. Rio de Janeiro: Estação Brasil, 2019.
- SUBMITTING to my husband like it's 1959: why I became a TradWife. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZwT-zYo4-OM&ab_channel=BBCStories>. Acesso em 28 ago. 2020.

TEIXEIRA, L. P. Bem Barbiezinha... fascista: ironia em post. *Estudos Linguísticos*, São Paulo, v. 49, n. 2, p. 1124-1137, jun. 2020. Disponível em: <<https://revistas.gel.org.br/estudos-linguisticos/article/view/2722>>. Acesso em 20 jul. 2019.

TEIXEIRA, Patrícia. A mulher dos bastidores: saiba quem é Michelle Bolsonaro, a nova primeira-dama. *GI*, São Paulo, 28 out. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/28/a-mulher-dobastidores-saiba-quem-e-michelle-bolsonaro-a-nova-primeira-dama.ghtml>>. Acesso em 30 jun. 2019.

TIBURI, M. *Feminismo em comum: para todas, todes e todos*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2019.

TOKARNIA, Mariana. Maior parte dos estudantes de universidades federais é de baixa renda. *Agência Brasil*, Brasília, 16 maio 2019. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/educacao/noticia/2019-05/maior-parte-dos-estudantes-de-universidades-federais-e-de-baixa-renda>>. Acesso em 21 jan. 2021.

VOLÓCHINOV, V. N. *A construção da enunciação e outros ensaios*. São Carlos: Pedro&João, 2013.

_____. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. São Paulo: 34, 2017.

_____. *A palavra na vida e a palavra na poesia: ensaios, artigos, resenhas e poemas*. São Paulo: 34, 2019.

WOLF, N. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020.