

**EMPODERAMENTO E BIOPOLÍTICA NOS FEMINISMOS MIIDIÁTICOS DE
*MULHER-MARAVILHA E CAPITÃ MARVEL***Natalia Engler Prudencio¹**RESUMO**

Partindo da noção do gênero como construção discursiva, formulada por Teresa de Lauretis a partir de um referencial foucaultiano, o presente artigo busca caracterizar as especificidades do fenômeno recente de emergência de ideias e temas feministas na cultura midiática, ao qual denomino de feminismos midiáticos, tendo em vista também suas implicações para as políticas feministas. Para tanto, examina-se dois filmes, *Mulher-Maravilha* (2017) e *Capitã Marvel* (2019), em que se pode observar algumas das características que têm se mostrado centrais para as políticas de representação desses feminismos, conforme descrito sobretudo pelas teóricas feministas de mídia Sarah Banet-Weiser e Rosalind Gill (também apoiadas no pensamento de Michel Foucault). Tal exame revela a ambivalência da visibilidade e como ela se relaciona a uma nova forma de biopolítica que constitui subjetividades por meio de demandas por empoderamento.

PALAVRAS-CHAVE: Mulher-Maravilha; Capitã Marvel; empoderamento; visibilidade; biopolítica.

***EMPOWERMENT AND BIOPOLITICS IN WONDER WOMAN'S AND
CAPTAIN MARVEL'S MEDIA FEMINISMS*****ABSTRACT**

Having as its starting point the notion that gender is a discursive construct, formulated by Teresa de Lauretis from a foucaultian perspective, this article aims at characterizing the specificities of the recent appropriation of feminist themes and ideas by the media culture (a phenomenon which I call media feminisms), also considering its implications to feminist politics. In order to achieve that, I examine two films, *Wonder Woman* (2017) and *Captain Marvel* (2019), which allow for observing some of the traces that have been central to the politics of representation implicated on those media feminisms, as described mainly by feminist media scholars Sarah Banet-Weiser and Rosalind Gill (which also derive their analysis from Michel Foucault's works). Such an examination reveals the ambivalence of visibility and the way in which it is related to a new form of biopolitics that constitutes subjectivities through demands for empowerment.

KEYWORDS: Wonder Woman; Captain Marvel; empowerment; visibility; biopolitics.

¹ Mestranda em Meios e Processos Audiovisuais na ECA-USP (bolsista CNPq), com uma pesquisa sobre discursos feministas na cultura midiática. Possui graduação em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (2007) e mestrado em Communication, Media and Cultural Studies - Università degli Studi di Firenze (2011). É membro dos grupos de pesquisa MidiAto, Grupo de Estudos de Linguagem e Práticas Midiáticas (ECA-USP), Crítica de Mídia e Práticas Culturais (USP/UFSC) e Mirada - Estudos de Gênero e Audiovisual (ECA-USP).

INTRODUÇÃO

A década de 2010 tem marcado um novo momento da relação entre feminismos e mídias que, em grande medida, corre em paralelo a uma nova efervescência dos movimentos feministas,² com características próprias em termos de ativismo e mobilização (HOLLANDA, 2018). Como aponta Rosalind Gill (2007), o que se observa é que os feminismos se tornaram parte do campo cultural, em um movimento que se contrapõe ao posicionamento anterior dos feminismos como vozes externas críticas às mídias desde a chamada segunda onda (anos 1960-70), e também ao posicionamento anterior das próprias mídias, que inicialmente repudiaram o feminismo e, posteriormente, passaram a tratá-lo como movimento relevante, mas não mais necessário.

Assim, muitas ideias feministas que eram terrenos de disputa para o movimento dos anos 1960 até o início dos 1980 são hoje aceitas como incontroversas e figuram com frequência no noticiário, nos programas de TV, no cinema etc.³ Nesse sentido, pode-se dizer com certa segurança que “a maior parte do feminismo, no Ocidente, hoje acontece na mídia, e a experiência da maioria das pessoas com o feminismo é inteiramente mediada” (GILL, 2007, posição 948-954, tradução minha). No entanto, análises sobre o momento atual da relação entre a cultura midiática e os feminismos (BANET-WEISER, 2018; BANET-WEISER; GILL; ROTTENBERG, 2019; GILL, 2016) apontam que ainda prevalecem disputas e negociações entre uma multiplicidade de (novos e velhos) feminismos, que coexistem com formas revitalizadas de antifeminismo e misoginia popular.

² Podemos citar como exemplos dessa efervescência protestos e campanhas feministas que ocorreram em diferentes países, especialmente a partir de 2015: no Brasil, a “Primavera Feminista” do segundo semestre de 2015, com a realização das campanhas “Meu Primeiro Assédio”, “Agora É que São Elas”, “Meu Amigo Secreto” e dos protestos contra o então presidente da Câmara dos Deputados Eduardo Cunha; as manifestações contra o impeachment da presidenta Dilma Rousseff (2016), protagonizadas em grande medida pelas mulheres; o movimento “Ele Não” (2019), contra a eleição de Jair Bolsonaro à presidência; o movimento “Ni Una Menos”, na Argentina (jun. 2015); a Segunda-Feira Negra, na Polônia (out. 2016); as Greves Internacionais de Mulheres de 2017 e 2018; a Marcha das Mulheres em Washington, nos EUA (jan. 2017), entre outros.

³ Essa incorporação pode ser mapeada em uma variedade de eventos e textos midiáticos, como a apresentação da cantora Beyoncé no MTV Video Music Awards de 2014, em que o cenário foi tomado pela palavra “feminist”; o discurso sobre desigualdade de gênero que a atriz Emma Watson fez na sede da Organização das Nações Unidas (ONU) no mesmo ano; o discurso da atriz Patricia Arquette sobre desigualdade salarial no Oscar 2015; o discurso de Viola Davis na premiação do Emmy 2015, sobre a falta de oportunidades para mulheres negras; as séries de TV *Jessica Jones* (2015) e *Orange Is the New Black* (2013); os filmes *Mad Max: Estrada da Fúria* (2015) e *Malévola* (2014), entre outros.

Tal cenário torna relevante o esforço de examinar as características próprias desse novo momento das relações entre feminismos e mídias, partindo-se da compreensão da construção do gênero como “produto e processo tanto da representação quanto da autorrepresentação” (LAURETIS, 1994, p. 217) — uma concepção do gênero enquanto construção discursiva para a qual as diferentes mídias colaboram enquanto “tecnologias de gênero” (assim como de outras diferenças) — “com poder de controlar o campo do significado social e assim produzir, promover e ‘implantar’ representações de gênero” que constroem o gênero à medida que o representam (LAURETIS, 1994, p. 228).⁴

Nesse sentido, a representação das mulheres no cinema narrativo dominante como objetos do olhar e do desejo, como imagem e espetáculo, segundo Lauretis (1984; 1994), se configura como importante lócus de análise, pois tem cumprido um papel relevante no apagamento das diferenças entre as mulheres como sujeitos sociais e históricos múltiplos e diversos, ao insistir na construção de uma “Mulher”, a representação de uma essência universalizante que seria inerente a todas as mulheres. Essa construção tem como subjacentes discursos que localizam a diferença sexual, a sexualidade e o prazer visual no corpo feminino (em especial, eu acrescentaria, nos corpos das mulheres brancas, ocidentais, cisgênero e heterossexuais).

Guiado por essa concepção, o presente artigo buscará caracterizar algumas especificidades da emergência de feminismos na cultura midiática contemporânea partindo de dois filmes que se configuram como textos representativos dessa formação discursiva, por carregarem marcas bastante distintivas das políticas de representação articuladas mais comumente por esses feminismos: *Mulher-Maravilha* (*Wonder Woman*, Patty Jenkins, 2017) e *Capitã Marvel* (*Captain Marvel*, Anna Boden e Ryan Fleck, 2019).

Para tanto, inicio por uma breve apresentação dos filmes e de seu contexto de lançamento. Em seguida, delimito algumas das características que têm se mostrado centrais para as políticas de representação desse fenômeno ao qual denomino

⁴ Teresa de Lauretis (1994) constrói o conceito de “tecnologias de gênero” a partir de uma perspectiva foucaultiana que tem como questão central a constituição de subjetividades (compreendidas como produtos de diversas tecnologias sociais), mas procura ir além ao levar em conta os investimentos diferenciados de sujeitos masculinos e femininos nos discursos e nas práticas da sexualidade (LAURETIS, 1994).

feminismos midiáticos, tendo como ponto central a questão da visibilidade. Procuo apontar quais as consequências de se tornar visível no contexto político, social, econômico e cultural atual, em termos de como uma nova forma de biopolítica constitui subjetividades por meio de demandas por empoderamento. A partir desse quadro teórico, passo em seguida à análise dos filmes, os quais revelam traços específicos das políticas de representação articuladas pelos feminismos midiáticos. Por fim, busco apontar como os próprios filmes dão indícios do caráter ambivalente dessas políticas de representação e indicam possibilidades de abertura para a agência e a resistência, mesmo sob essa biopolítica.⁵

AS MULHERES EMPODERADAS DO CINEMA

Lançados no fim da década em que se deu uma nova proliferação do ativismo feminista e uma concomitante emergência de histórias e temas feministas na cultura midiática, *Mulher-Maravilha* e *Capitã Marvel* foram recebidos como marcos em termos da presença de mulheres no cinema hollywoodiano, e a cobertura da imprensa sobre ambos foi marcada por discussões sobre gênero e feminismo.⁶

Nesse sentido, o lançamento de *Mulher-Maravilha* em junho de 2017 pode ser interpretado como um deslocamento significativo em termos de representação e representatividade⁷ de gênero no cinema hegemônico (mesmo que de alcance limitado),

⁵ Cabe esclarecer que tal discussão se dá no contexto da pesquisa de mestrado *Os limites dos feminismos midiáticos: feminismos e questões de gênero em 'Mulher-Maravilha'*, iniciada em março de 2019, na qual examino a natureza e as implicações dos feminismos midiáticos, tendo como objeto empírico o filme *Mulher-Maravilha* (*Wonder Woman*, Patty Jenkins, 2017) e os discursos feministas articulados por ele e em torno dele.

⁶ “The Complex Gender Politics of the ‘Wonder Woman’ Movie”. *The Hollywood Reporter*, 31 mai. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2BAngqC>. Acesso em: 19 jun. 2020. “Filme da Mulher-Maravilha faz retrato preciso de feministas modernas”. *Folha de S.Paulo*, 25 jun. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/35F1o26>. Acesso em: 19 jun. 2020. “Can ‘Captain Marvel’ Fix Marvel’s Woman Problem?”. *The New York Times*, 28 fev. 2019. Disponível em <https://nyti.ms/2Tup31Q>. Acesso 19 jun. 2020. “O ativismo suave de Capitã Marvel é uma disrupção de proporções épicas”. *UOL TAB*, 9 mar. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2YgJQHW>. Acesso em 19 jun. 2020.

⁷ Há que se fazer a ressalva de que a simples presença de minorias sociais no controle de produções simbólicas de grande alcance, como as grandes produções hollywoodianas (o que comumente se associa à “representatividade”), bem como a presença de protagonistas integrantes desses grupos, não significa que tenham necessariamente ocorrido avanços em termos das representações desses grupos. Como pontua Mariana Queen Nwabasili (2017), cineastas integrantes de minorias sociais não necessariamente se identificam com os lugares sociais relegados a eles pelos discursos, e podem não querer falar a partir deles ou por eles; assim, não se pode supor “que só a representatividade de minorias sociais entre

a começar pelo fato de ser o primeiro longa-metragem de super-heróis com uma protagonista feminina desde 2005, ainda que este tenha se tornado o gênero cinematográfico predominante em Hollywood desde 2008, quando foi lançado *Homem de Ferro*.⁸ Foi também o primeiro filme de super-herói dirigido por uma mulher neste mesmo período e o maior orçamento já comandado por uma cineasta mulher até aquele momento (excluindo-se animações);⁹ e se tornou o filme de maior bilheteria já dirigido por uma mulher até então,¹⁰ alcançando a soma de US\$ 821,9 milhões em todo o mundo. Vale lembrar que, no ano anterior (2016), apenas 29 das 100 maiores bilheterias haviam sido protagonizadas por mulheres,¹¹ sendo que apenas 4% dessas 100 maiores bilheterias tiveram mulheres na direção.¹²

Além disso, e talvez por esses mesmos motivos, a circulação de *Mulher-Maravilha* se deu com frequência em meio a debates sobre desigualdade de gênero na sociedade de modo geral, nos quais o empoderamento das mulheres era uma questão recorrente — inclusive no contexto brasileiro, com publicações tanto na mídia tradicional quanto em sites especializados em cultura pop a partir de um ponto de vista feminista.¹³

Cerca de um ano e meio depois, *Capitã Marvel* se tornou apenas a segunda produção com protagonismo feminino desde o início da onda de filmes de super-heróis,

produtores levará necessariamente a uma representação positiva dessas minorias nas ficções”, pelo contrário — aquilo que a autora chama de “justiça de reconhecimento audiovisual” somente “será conseguida com o empenho em incluir entre produtores audiovisuais sujeitos de minorias sociais, raciais e de gênero que questionem e implodam os discursos hegemônicos e estejam implicados em redefinir e/ou implodir, dentro e fora das ficções, as padronizações institucionalizadas de valorização culturais e os significados hegemônicos das ‘imagens-corpos’” (NWABASIL, 2017, p. 143-144).

⁸ “Maravilhosa: demorou 75 anos, mas filme da Mulher-Maravilha chega no melhor momento possível”. *UOL*, 31 mai. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2LHwa3A>. Acesso em: 17 out. 2019.

⁹ “9 Women Who Have Directed Movies With \$100 Million Budgets”. *The Wrap*, 8 mar. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2Yc2q5P>. Acesso em: 17 out. 2019.

¹⁰ “Mulher-Maravilha” bate recorde entre filmes dirigidos por mulheres”. *Folha de S.Paulo*, 25 jun. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2Y22VPE>. Acesso em: 17 out. 2019.

¹¹ “It’s a Man’s (Celluloid) World: Portrayals of Female Characters in the Top 100 Films of 2016”. *Center for the Study of Women in Television and Film*, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2CALf0g>. Acesso em: 11 nov. 2019.

¹² “The Celluloid Ceiling: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top 100, 250, and 500 Films of 2016”. *Center for the Study of Women in Television and Film*, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/34QTnFZ>. Acesso em: 11 nov. 2019.

¹³ “Mulher-Maravilha: feminista desde o princípio”. *Veja*, 3 jun. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2VRM9i0>. Acesso em: 17 out. 2019. “Lições do filme *Mulher-Maravilha*”. *Minas Nerds*, 8 jun. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2K3ayLJ>. Acesso em: 17 out. 2019. “Mulher Maravilha: um grande símbolo do feminismo”. *Delirium Nerd*, 24 mar. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2MeNxIA>. Acesso em: 17 out. 2019.

e primeira dos estúdios Marvel, que se consolidaram como líder do gênero.¹⁴ Com a direção dividida entre uma mulher e um homem (Anna Boden e Ryan Fleck), o filme quebrou todos os recordes estabelecidos por *Mulher-Maravilha*,¹⁵ superando US\$ 1 bilhão nas bilheteiras, apesar de pouco ter mudado em Hollywood em termos de representatividade depois de todo o entusiasmo com o filme anterior e de toda a visibilidade que a luta das mulheres ganhou com os movimentos “Time’s Up” e “Me Too”.¹⁶ Entre as 100 maiores bilheteiras de cada ano, a porcentagem de filmes com protagonistas femininas caiu para 24% em 2017 e alcançou 31% em 2018;¹⁷ já o número de diretoras subiu para 11% em 2017 e caiu para 8% em 2018.¹⁸ Ainda assim, do mesmo modo que havia ocorrido com *Mulher-Maravilha*, *Capitã Marvel* também foi forte catalisador de discussões sobre gênero em Hollywood e de discussões sobre desigualdades de gênero na sociedade de modo mais amplo, tendo sua protagonista tomada como modelo para o empoderamento feminino.¹⁹

VISIBILIDADE, EMPODERAMENTO E BIOPOLÍTICA

Para que seja possível examinar *Mulher-Maravilha* e *Capitã Marvel* como textos representativos do fenômeno dos feminismos midiáticos, a partir do quadro geral apresentado até aqui, é necessário antes compreender os traços predominantes das

¹⁴ “Larson vibra, Marvel vende, mas qual é o real feminismo de ‘Capitã Marvel’”. *UOL TAB*, 8 mar. 2019. Disponível em <https://bit.ly/2N9CyPQ>. Acesso em 19 jun. 2020.

¹⁵ “Every Record Captain Marvel Has Broken”. *Screen Rant*, 9 abr. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/30XAyPG>. Acesso em 19 jun. 2020.

¹⁶ Campanhas de grande visibilidade surgidas no segundo semestre de 2017 a partir de denúncias de crimes sexuais cometidos por nomes poderosos da indústria do entretenimento, os movimentos “Me Too” e “Time’s Up” elevaram a um patamar inédito as discussões sobre assédio, abuso sexual e discriminação de gênero em contextos profissionais.

¹⁷ “It’s a Man’s (Celluloid) World: Portrayals of Female Characters in the Top 100 Films of 2018”. *Center for the Study of Women in Television and Film*, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2YleiAV>. Acesso em: 19 jun. 2020.

¹⁸ “The Celluloid Ceiling: Behind-the-Scenes Employment of Women on the Top 100, 250, and 500 Films of 2018”. *Center for the Study of Women in Television and Film*, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2Nc8Wl5>. Acesso em: 19 nov. 2020.

¹⁹ “Por que o novo filme da Capitã Marvel é tão importante para as mulheres”. *Universa*, 7 mar. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/37LFcF4>. Acesso em 19 jul. 2020. “Quando nos diminuimos para não ferir o ego masculino”. *Minas Nerds*, 22 mar. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2JSdRqd>. Acesso em: 19 jun. 2020. “Capitã Marvel não é para homens. Entenda”. *Garotas Geek*, 27 abr. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2GuMLmY>. Acesso em: 19 jun. 2020.

políticas de representação articuladas por esses feminismos visíveis e quais as consequências dessa visibilidade.

Denomino de *feminismos midiáticos* um conjunto de diferentes tipos de feminismos que têm como característica comum o fato de circular em uma *cultura midiática* — em um sentido em que se somam o popular, as massas e a mídia, em termos de produtos da moderna indústria cultural consumidos pelas massas e que circulam por diferentes instâncias da mídia (HALL, 2003a; KELLNER, 2001; WILLIAMS, 1983); é um termo que se refere não a práticas e articulações dos ativismos feministas, mas sim a expressões de feminismos nas mídias, no âmbito das políticas de representação.²⁰

Assim, falar de feminismos midiáticos significa falar de feminismos que alcançaram um alto grau de visibilidade na cultura midiática contemporânea. No entanto, a visibilidade é uma conquista ambígua, uma condição contraditória, que se presta tanto ao reconhecimento social das identidades quanto a reações virulentas,²¹ além de formar um par bastante ambivalente com a vigilância, como alerta Foucault (1999b). É preciso, portanto, examinar as modalidades de visibilidade em que se inserem os feminismos midiáticos e suas consequências, em especial em termos de seu potencial emancipatório.

É a partir dessa preocupação com a visibilidade dos feminismos que Banet-Weiser (2015a) observa uma transformação nas estruturas da economia política e cultural que a autora caracteriza como uma passagem das *políticas de visibilidade* para *economias de visibilidade* — conceitos que emprega para nomear o que poderíamos chamar de modalidades diferentes de *políticas de representação*. É preciso ressaltar que, na visão da autora, não há uma simples substituição de um tipo de política de representação por outro — pelo contrário, eles se sobrepõem, com espaços de ambivalência entre si.

As políticas de visibilidade em geral se referem ao “processo de tornar visível uma categoria política (como gênero ou raça) que tenha sido e permaneça historicamente marginalizada na mídia, legislação, políticas etc.” (BANET-WEISER,

²⁰ Para uma discussão mais ampla sobre o conceito, ver Prudencio (2019).

²¹ Sarah Banet-Weiser trata justamente dessa conquista ambígua em *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny* (2018).

2018, posição 621, tradução minha), processo este que envolve algo que é ao mesmo tempo uma categoria (visibilidade) e um qualificante (política), capaz de articular uma identidade política. Nesse contexto, a representação (ou visibilidade) toma um sentido político, com o objetivo de resultar em mudanças sociais e políticas que possam ir além da visibilidade, a partir do entendimento de que ampliar os direitos — e o respeito a esses direitos — de grupos marginalizados depende de que esses grupos sejam *vistos*. Ou seja, no caso dos feminismos, as políticas de visibilidade estariam associadas a mobilizações sociais mais amplas que reivindicam o reconhecimento das perspectivas distintas das mulheres para levar a redefinições de um comum partilhado e gerar imagens midiáticas que desloquem os *regimes de visibilidade*²² e contribuam para “desenhar configurações novas do visível, do dizível e do pensável e, por isso mesmo, uma paisagem nova do possível” (RANCIÈRE, 2012, p. 100).

No entanto, Banet-Weiser (2015a) aponta que tal percurso em direção a mudanças na ordem social e política se torna mais complexo e ambíguo num contexto de pós-feminismo e capitalismo avançado, devido a transformações nas condições culturais que haviam inicialmente levado a reivindicações de visibilidade para determinadas identidades. É nesse sentido que Herman Gray (2013) aponta um esvaziamento das políticas culturais de representação à medida em que surgem novas alianças discursivas, tecnologias de representação, técnicas de autoconstrução e práticas afetivas nas quais estão implicadas a raça e todos os tipos de diferenças (etnicidade, religiosidade, sexualidade, gênero etc.).

Para o autor, nesse contexto o objeto do reconhecimento se torna o sujeito empreendedor autoconstruído, cujas diferenças se transformam em “grifes” a serem celebradas e vendidas como diversidade, e cuja visibilidade e reconhecimento no nível da representação afirmam um tipo de liberdade realizada por meio da aplicação de valores de mercados às relações sociais. Gray caracteriza essas transformações — com foco na raça, mas acredito que o mesmo pode ser aplicado a identidades generificadas — como um deslocamento da “invisibilidade, exclusão e exageros para a proliferação e hipervisibilidade” (GRAY, 2013, p. 772, tradução minha). Categorias como raça e gênero, então, foram reestruturadas e se reestruturaram e, como visibilidades, tornaram-se autossuficientes. Ou seja, no que Banet-

²² Regimes de visibilidade se referem a maneiras social e historicamente específicas de distribuir o visível; regulam “o estatuto dos corpos representados e o tipo de atenção que merecem” (RANCIÈRE, 2012, p. 96) e criam “certo senso de realidade, certo senso comum”, “coisas cuja visibilidade considera-se partilhável por todos, modos de percepção dessas coisas e significados também partilháveis que lhes são conferidos. É também a forma de convívio que liga indivíduos ou grupos com base nessa comunidade primeira entre palavras e coisas” (RANCIÈRE, 2012, p. 99).

Weiser caracteriza como a passagem para as *economias de visibilidade*, a própria visibilidade é absorvida pela economia, e a “visibilidade das identidades se torna um fim em si mesmo em vez de um caminho para a política” (BANET-WEISER, 2015a, p. 55, tradução minha).

Nesse cenário, a visibilidade ganha alguns contornos mais marcantes. Em primeiro lugar, como aponta Banet-Weiser (BANET-WEISER; GILL; ROTTENBERG, 2019), seguindo não por acaso a lógica dos algoritmos que regem os meios digitais, a visibilidade dos feminismos e de suas expressões individuais nas economias de visibilidade depende de sua popularidade e acessibilidade para um público amplo, que por sua vez são medidas pela capacidade de criar ainda mais visibilidade, em um movimento circular. Ou seja, ser visível depende da capacidade de se fazer ainda mais visível. Nessa lógica, o conteúdo é esvaziado e a ênfase recai na circulação sem fim, porque a visibilidade tem que estar sempre em crescimento. Sendo assim,

em um contexto midiático no qual a maior parte dos circuitos de visibilidade são movidos por lucro, competição e consumidores, apenas *tornar-se* visível não garante que categorias identitárias serão de alguma forma transformadas, ou poderão desafiar profundamente relações hegemônicas de poder. Em grande parte, isso acontece porque o ato de se tornar visível nesse contexto digital e pautado por dados está intrinsecamente conectado à economia política contemporânea e à lógica estrutural da acumulação capitalista. (BANET-WEISER; GILL; ROTTENBERG, 2019, p. 10, tradução minha)

Em segundo lugar, Banet-Weiser (2015a) observa que o deslocamento dos feminismos em direção a uma hipervisibilidade, na chave das economias de visibilidade, implica uma ênfase crescente nos indivíduos — consumidores, compradores, vendedores —, em detrimento das disputas por reconhecimento de desigualdades e ênfase nas dinâmicas de poder implicadas nas políticas de visibilidade, que com frequência trabalham para promover mudanças em nível estrutural.

É relevante notar que a autora desenvolve o conceito de economias de visibilidade a partir de suas investigações sobre o que caracteriza como *feminismo popular*, contexto em que sobressai uma terceira característica relevante para se pensar a visibilidade dos feminismos: uma ênfase no empoderamento individual que se expressa na publicidade, em campanhas coletivas e expressões pessoais de feminismo nas redes sociais, e em diferentes tipos de organizações criadas com o objetivo de empoderar meninas (BANET-WEISER, 2015a; 2018).

Em resumo, temos uma visibilidade que, segundo uma lógica econômica de acumulação capitalista, depende de um movimento circular de retroalimentação e tem como elemento central uma ênfase no empoderamento individual das mulheres enquanto sujeitos econômicos.

Tal valorização do indivíduo em uma chave econômica, de acordo com Banet-Weiser (2015a), relaciona-se também a uma ênfase crescente em soluções de mercado para desigualdades encaradas por mulheres em várias instâncias da vida social, no contexto de uma passagem da lógica de *libertação* (característica da segunda onda do feminismo, entendida como forma de lidar com desigualdades estruturais) para uma lógica de *empoderamento* (entendido a partir de um ponto de vista que enxerga o gênero como canal importante de estímulo à economia).

A centralidade de um ideal de empoderamento para os feminismos midiáticos impõe a necessidade de retomar o sentido original desse conceito, cujo uso foi disseminado pelas feministas negras e interseccionais, grandemente influenciadas pela Teoria da Conscientização de Paulo Freire, como expõe Joice Berth (2018). Segundo esse ponto de vista, Berth (2018) explica, o empoderamento deveria incluir as dimensões cognitiva, psicológica, política e econômica, e ir além de construções psicológicas como autoestima, autoeficácia, competência, autocontrole, pois somente a transformação social permitiria o enfrentamento dos sistemas de dominação que são responsáveis pela violência estrutural que atinge determinados grupos. É nesse sentido que Patricia Hill Collins (2019) constrói seu conceito de empoderamento, enfatizando que deve compreender uma concepção de *justiça social ampla, abrangente e transnacional*, e adotando um paradigma de opressões interseccionais de classe, raça, gênero, sexualidade, nacionalidade, etnicidade, idade, capacidade etc., levando em conta a agência individual e coletiva.

O ideal de empoderamento que predomina nos feminismos midiáticos, no entanto, afasta-se dessa linhagem. Trata-se de uma concepção de empoderamento herdeira de uma sensibilidade pós-feminista (no sentido de uma concepção de feminismo como algo relevante, mas já superado, e, portanto, não mais necessário) que, como explica Gill (2007), é caracterizada por alguns temas, convenções e construções recorrentes e relativamente estáveis nas representações de gênero na mídia, entre eles um foco em individualismo, escolha e empoderamento, que reprivatizou questões que apenas poucos anos antes haviam sido politizadas.

Como aponta Banet-Weiser (2018), essa sensibilidade deu origem, a partir dos anos 1990, a uma percepção de crise de confiança de meninas e mulheres, construção intrinsecamente ligada ao poder de consumo desse grupo, que se manifestou no “girl power” e na criação de um mercado do empoderamento. As soluções então propostas para essa crise de confiança incluíam tanto o empoderamento por meio de mecanismos externos (políticas, educação, práticas de consumo etc.) quanto uma demanda por “autoempoderamento”, calcada em um ideal neoliberal de empreendedorismo de si. Banet-Weiser, Gill e Rottenberg (2019)

observam que, se em um primeiro momento essa ênfase no empoderamento feminino se deu em um contexto de sensibilidade pós-feminista associada ao repúdio ao feminismo, mais recentemente ela se atrela à reinvidicação de uma identidade feminista.

Banet-Weiser associa essa demanda por empoderamento aos apelos colocados por uma economia de capitalismo avançado para que os indivíduos invistam no marketing pessoal (*self-branding*) como forma correta de cuidar de si, e aponta as tecnologias de comunicação digital como principal contexto onde os indivíduos podem (e são incitados a) investir em seu marketing pessoal (BANET-WEISER, 2012). Para Banet-Weiser (2012), as grandes mudanças culturais, políticas e econômicas trazidas por uma cultura neoliberal de consumo são acompanhadas por alterações significativas nas construções de gênero, e é nesse sentido que ela examina o marketing pessoal como uma estratégia normativa, uma “tecnologia de si”, no sentido foucaultiano.²³

Gill e Shani Orgad (2015) também recorrem ao vocabulário foucaultiano para descrever um “culto/cultura da confiança” articulado como intervenção feminista, dentro de um feminismo que se tornou popular: um tipo de “tecnologia de si” que coloca demandas pela reconstrução de si — em um espírito autorregulatório que isenta forças sociais, econômicas e políticas de seu papel na produção e manutenção de desigualdades. De modo geral, o objetivo dessas intervenções seria “garantir que mulheres se tornem sujeitos econômicos melhores e mais confiantes” (BANET-WEISER, 2018, posição 1136, tradução minha).

Aqui, fica patente o quanto as autoras se apoiam no pensamento de Foucault para caracterizar essas políticas de empoderamento que se conformam como “tecnologias de si” e, assim, constituem determinado tipo de sujeito feminista. Seus diagnósticos servem-se, em especial, do modo como o filósofo francês conceituou o tipo de poder que emerge a partir do século XVII como “elemento indispensável ao desenvolvimento do capitalismo, que só pôde ser garantido à custa da inserção controlada dos corpos no aparelho de produção e por meio de um ajustamento dos fenômenos de população aos processos econômicos” (FOUCAULT, 2018, p. 151-2)²⁴ — um biopoder internalizado pelos sujeitos e disperso na sociedade.²⁵

²³ As “tecnologias de si” são, para Foucault, técnicas de produção de saber sobre si que “permitem aos indivíduos efetuar, com seus próprios meios ou com a ajuda de outros, um certo número de operações em seus próprios corpos, almas, pensamentos, conduta e modo de ser, de modo a transformá-los com o objetivo de alcançar um certo estado de felicidade, pureza, sabedoria, perfeição ou imortalidade”. (FOUCAULT, 2004, p. 323-4)

²⁴ Silvia Federici (2017) critica Foucault por desenvolver sua análise a partir de um sujeito sexualmente indiferenciado, ignorando o processo de reprodução e os ataques do poder com vistas a disciplinar os corpos das mulheres.

Trata-se de um poder que se dá em redes de relações, destinado a produzir forças mais do que a reprimi-las; que se estende por canais sutis, como se exercido sobre cada sujeito individualmente; que se exerce “por transparência”, fazendo com que os indivíduos se sintam imersos em um “campo de visibilidade total” conformado pela opinião, pelo discurso, pelo olhar dos outros — para o qual o panóptico serve de metáfora (FOUCAULT, 1998; 2018). O olhar ganha importância entre as técnicas de poder da época moderna —, um “olhar que vigia e que cada um, sentindo-o pesar sobre si, acabará por interiorizar, a ponto de observar a si mesmo; sendo assim, cada um exercerá esta vigilância sobre e contra si mesmo” (p. 218). Segundo essa concepção, o poder se articula ao saber, e o exercício do poder depende de certa economia dos discursos de verdade segundo a qual “somos submetidos pelo poder à produção da verdade e só podemos exercê-lo através da produção da verdade” (p. 180). As “tecnologias de si” seriam, então, umas das técnicas de produção desse saber, articulando a questão da transparência, do olhar disciplinador interiorizado e da produção compulsória de discursos sobre si, e se expressando sobretudo a partir da tradição da confissão (conhecimento de si e revelação de si), que se desenvolve com o cristianismo e chega até o mundo moderno (FOUCAULT, 2004).

Retornando à questão dos feminismos midiáticos sob a lógica das economias de visibilidade, se a confissão foi central para o desenvolvimento de instituições disciplinares e para o poder-saber sobre a sexualidade (como Foucault expõem em *História da Sexualidade I*), hoje temos diante de nós novos modos de construção de gênero que atuam como tecnologias de si em que a produção da subjetividade demanda que o sujeito (mulher, ou feminista) se engaje em uma espécie de empreendedorismo de si e confesse a si mesmo (seu empoderamento, seu feminismo), afirmando orgulhosamente sua diferença, para assim tornar-se visível.²⁶ Desse modo, Banet-Weiser (2015a) aponta, a partir de uma ênfase na autoconfiança, autogestão, autorresponsabilidade, livre escolha e soberania do indivíduo/consumidor, cria-se um efeito disciplinar dentro de um quadro de capitalismo neoliberal, numa chave de empreendedorismo de si, que constitui uma forma de biopolítica — cuja ambiguidade reside justamente em sua ênfase em uma noção de empoderamento individual que incorpora elementos como autonomia e autorrealização, mascarando os efeitos do poder.

Assim, unindo o vocabulário de Foucault ao exame das políticas de empoderamento implicadas nos feminismos midiáticos, temos uma tecnologia de si que apresenta um conjunto de práticas ou métodos “que permitem aos indivíduos efetuar, com seus próprios meios ou com

²⁵ Para Foucault (2018), esse biopoder atua em dois níveis interligados: o dos indivíduos, centrado na administração dos corpos (poder disciplinar); e o da população, centrado na gestão calculista dos processos biológicos da espécie (biopolítica).

²⁶ Devo esta formulação aos insights apresentados por Assunção e Jorge (2015) quando examinam as redes sociais como tecnologias de si confessionais.

a ajuda de outros, [...] operações em seus próprios corpos, almas, pensamentos, conduta e modo de ser” (FOUCAULT, 2004, p. 323), que “envolvem princípios econômicos como estratégias de gerenciamento de marca, autopromoção e técnicas de publicidade que ajudam a explicar o eu [*self*] no contexto de um conjunto de condições sociais e culturais” (BANET-WEISER, 2012, p. 55, tradução minha), “com o objetivo de alcançar um certo estado de felicidade” (FOUCAULT, 2004, p. 323-4) como sujeitos econômicos em uma sociedade de consumo.

Ou seja, a dinâmica que produz o ser visível constitui uma tecnologia de si, uma forma de poder que aponta para investimentos em marketing pessoal (que, claro, demandam transparência e autorrevelação) e “regula e gerencia por meio de apelos à identificação com estilos de vida ligados a identidades calcadas em diferenças” (GRAY, 2013, p. 771, tradução minha).²⁷ Trata-se de um tipo de investimento que não tem mais a forma de “controle-repressão” de (determinados tipos de) sujeitos mulheres, mas de “controle-estimulação”. Parafrazeando Foucault (quando este trata de como o poder respondeu à revolta do corpo sexual com uma exploração econômica e ideológica da erotização): “Seja uma mulher empoderada... Mas seja vendável, seja economicamente bem-sucedida e consuma”.²⁸

Sob essa biopolítica, assim como alguns corpos são mais visíveis que outros — em termos de gênero, aqueles corpos mais facilmente “vendáveis”, que estão bem posicionados para encarnar códigos sociais de feminilidade desejável (THORPE; TOFFOLETTI, 2018, p. 18) —, também alguns tipos de feminismo se tornam mais visíveis que outros. Como apontam Banet-Weiser, Gill e Rottenberg (2019), a visibilidade em geral recai sobre um feminismo “feliz”, inspirador, tipicamente aquele que se torna visível precisamente por não criticar estruturas profundas de desigualdades, eclipsando tal crítica e ocultando o trabalho envolvido em produzir a si mesmo de acordo com os parâmetros desse feminismo visível, como se ver ou comprar o feminismo fosse o mesmo que alterar estruturas patriarcais.

O que observamos, então, é a construção de um sentido de empoderamento com dupla consequência. Primeiro, como tecnologia de si que enfatiza o empreendedorismo de si, esse empoderamento se constitui como uma forma de biopolítica que insere no processo de constituição dos sujeitos feministas a exigência da autoconstrução da visibilidade a partir de um olhar disciplinar interiorizado. Esse empoderamento responde ainda à necessidade do

²⁷ Uma ressalva importante feita por Banet-Weiser (2018) diz respeito a como as formas de vigilância implicadas nessa biopolítica atuam também em concordância com hierarquias de raça e classe. Na visão da autora, a visibilidade se configura de modos diferentes de acordo com a posição ocupada pelas mulheres dentro dessas hierarquias; trata-se de um tipo de feminismo que, ao insistir em uma definição universal de identidade feminina, frequentemente recusa a interseccionalidade e privilegia a identidade branca, de classe média, cisgênero e heterossexual, invisibilizando as mulheres não brancas, da classe trabalhadora, transgênero e não heteronormativas.

²⁸ A frase original é: “Fique nu... mas seja magro, bonito, bronzeado!” (FOUCAULT, 1998, p. 147).

capitalismo, apontada por Foucault, de inserir os corpos no aparelho de produção por meio do controle dos processos populacionais. No caso específico dos feminismos midiáticos, a inserção dos corpos das mulheres no aparelho de produção se dá, como aponta Catherine Rottenberg (2018), a partir de um vocabulário de “equilíbrio” entre carreira e família que fornece um novo nexos de justificativas morais para a continuidade da exploração do trabalho reprodutivo e de cuidado das mulheres. Isso se dá a despeito de uma lógica de mercado neoliberal que estende seus tentáculos por todos os aspectos da vida, derrubando a separação entre público e privado que fornecia, em uma fase anterior, o vocabulário para justificar a divisão sexual do trabalho.

Em segundo lugar, o sentido de empoderamento construído no contexto dos feminismos midiáticos, focado na autorresponsabilidade dos indivíduos, distancia-se de articulações coletivas que promovam o empoderamento por meio da solidariedade e da crítica a estruturas profundas de desigualdades, e oculta o fato de que esse empoderamento se destina a um tipo específico de meninas e mulheres — em geral mulheres brancas, cisgênero, heterossexuais e com poder econômico suficiente para consumir, como aponta Banet-Weiser (2018).

No entanto, como coloca Foucault, “Lá onde há poder há resistência” (2018, p. 104). O filósofo francês concebe a resistência como algo que deve ser tão inventivo, móvel e produtivo quanto o próprio poder, e que não venha de cima, mas se estenda em redes de relações (FOUCAULT, 1998). Mesmo diante dos efeitos hegemônicos das grandes dominações, sustentadas por microrrelações de poder, Foucault concebe “movimentos de retorno, que fazem com que as estratégias que coordenam as relações de poder produzam efeitos novos e avancem sobre domínios que, até o momento, não estavam concernidos” (FOUCAULT, 1998, p. 249) — ou seja, há sempre algo que escapa ao poder, e é preciso ter isso em mente ao prosseguir para a análise.

MULHER-MARAVILHA

Partindo do enquadramento apresentado na seção anterior, é possível afirmar que a construção do ideal de empoderamento nas imagens e na narrativa de *Mulher-Maravilha* se dá a partir de uma ênfase no corpo, um dos níveis em que atuam as demandas postas pelas políticas de empoderamento articuladas pelos feminismos midiáticos.

O filme abre no presente, com Diana Prince (Gal Gadot) trabalhando no Museu do Louvre, em Paris, quando recebe uma foto sua datada de 1918. Segue-se então um longo *flashback* à época da Primeira Guerra Mundial, que mostra a origem da personagem na mítica ilha das amazonas. Diana cresce isolada da humanidade até que o

avião que carrega o piloto aliado Steve Trevor (Chris Pine), em fuga dos alemães, cai no local. Ao ouvir o que se passa no mundo dos homens, Diana decide partir com Steve para a Europa para cumprir seu dever de amazona e acabar com a guerra.

Ainda antes de Diana deixar a ilha, pode-se perceber que, em um nível aparente, seu poder tem duas origens, que constroem seu corpo não como objeto, mas como sujeito: sua força física sobre-humana, herança divina; e sua agência como guerreira hábil, que cresceu em uma ilha mítica povoada em harmonia apenas por mulheres guerreiras, fora do alcance de forças disciplinadoras que governam o “mundo dos homens”.

No entanto, essa construção é enfraquecida mesmo antes de a heroína partir para a Europa. Observa-se a predominância de um “olhar masculino”²⁹ que dota a imagem de Diana de extrema perfeição estética, a partir de uma fragmentação recorrente do corpo, que também é enquadrado em códigos sociais de feminilidade mais facilmente “vendável”. Ainda que o olhar controlador da câmera em geral seja o de Diana, que contém o poder da ação sem inverter meramente as posições de submissão/dominação que E. Ann Kaplan (1995) associa ao cinema dominante, a imagem da heroína é construída de forma fetichizada, aproximando-se das estratégias que, para Mulvey (1983), localizam a diferença sexual no corpo feminino e estabelecem sua condição de “para-ser-olhada”.

É curioso que um filme em que essa construção prevalece traga uma cena³⁰ que se aproxima da posição crítica da teoria feminista do cinema para ironizar este “olhar masculino”. Ainda na ilha das amazonas, Diana entra no recinto onde Steve toma banho

²⁹ Aqui, tomo de forma crítica a concepção construída por Laura Mulvey no ensaio “Prazer visual e cinema narrativo” (1983), que funda os estudos feministas de cinema nos anos 1970, de que os olhares estruturadores no cinema hollywoodiano clássico (o olhar da câmera, os olhares dos personagens uns para os outros, o olhar do espectador para o filme) tendem a adotar posições identificadas com o masculino. Entendo aqui o “olhar masculino” não como uma construção fixa e universal, mas como uma posição da masculinidade como ponto de vista (ativo, dominador), relacionada ao fato de que, concretamente, ao longo da história do cinema dominante, foram os homens que majoritariamente definiram as coisas visíveis do cinema, à medida de seus desejos, moldando as convenções que guiam a prática desse cinema. Além disso, embora o trabalho original de Mulvey tratasse de masculino e feminino a partir de uma perspectiva universalizante, posteriormente a autora especificaria que a constituição dos olhares do cinema que descreve em termos de diferença sexual se refere a uma diferença sexual racializada, uma construção específica à cultura norte-americana hegemônica de determinado período (MULVEY, 2010). Assim, a perspectiva de Mulvey ainda se mostra adequada para abordarmos personagens como super-heroínas, que se configuram como uma espécie de ideal universalizante da mulher branca ocidental.

³⁰ Disponível em <https://youtu.be/QnDgw7XXaOU>. Acesso em 19 jun. 2020.

depois de uma batalha e o observa nu. Constrangido, ele se cobre e procura justificar o tamanho de seu pênis, por supor que Diana lhe direciona um olhar sexualizante, mas faz uma leitura claramente errônea, pois a heroína lhe dirige outro tipo de olhar. Ela não o fixa como objeto, mas o olha por inteiro, (e não de forma fragmentada, como se dá com a própria Diana), intrigada com a diferença — sexual, mas também cultural, incluindo aí roupas e objetos pessoais, em especial um relógio de bolso — e interessada em sua história. É uma estratégia que comenta sobre o voyeurismo cinematográfico, subvertendo-o, colocando-o em evidência e tornando-o incômodo e cômico.³¹

A partir da chegada de Diana a Londres, intensifica-se o deslocamento de Diana da posição de sujeito para a de objeto, confinado ainda mais à condição de “para-ser-olhada”, um corpo que “carrega seu próprio panóptico consigo para onde quer que vá” (DOANE; MELLENCAMP; WILLIAMS, 1984, p. 14). Ali, a aparência e a beleza da heroína passam a ser o principal traço observado e ressaltado verbalmente nas primeiras interações com os personagens que são introduzidos. Essa ênfase em relação a uma personagem cujas ações deveriam estar em primeiro plano revela que, apesar da força física sobre-humana, seu corpo é dócil, disciplinado pela vigilância constante, submisso a valores dominantes que, como lembra Banet-Weiser (2012; 2015b), subentendem que o poder das mulheres está localizado em sua fisicalidade, em seus corpos, no visível. Gill (2007) também associa o poder que se exerce pela internalização de um olhar narcisista autodisciplinador a uma construção que localiza a subjetividade feminina no corpo, que passa a representar a janela para a vida interior das mulheres e a fonte de seu poder. É isto que observamos com Diana, personagem cujas qualidades interiores se tornam visíveis sobretudo por meio de expressões de sua força física e beleza.

Até há a intenção de ridicularizar o modo como esses corpos são submetidos à vigilância e à disciplina por meio principalmente de práticas de consumo, na sequência em que Steve e sua secretária tentam cobrir o corpo de Diana de forma “adequada”, quando vão às compras,³² e fazer com que ela se comporte de modo a não chamar atenção — sem sucesso, com resultados cômicos. A crítica, no entanto, não é suficiente

³¹ Essa leitura me foi inspirada pela análise que Mulvey (2010) faz de *Os homens preferem as loiras* (1953), especificamente da cena em que a equipe olímpica norte-americana se transforma em corpo de baile para um número musical protagonizado por Jane Russell, transformando o corpo masculino em objeto do olhar.

³² Disponível em <https://youtu.be/jEav9DdL4iI>. Acesso em 19 jun. 2020.

para que o filme rompa com o foco excessivo colocado sobre esse corpo e com a lógica que o transforma em um produto cujo valor “é constantemente debatido, avaliado, julgado e esmiuçado por meio de discursos midiáticos, leis e políticas”, em uma dinâmica dual que regula e produz o ser visível” (BANET-WEISER, 2015a, p. 56, tradução minha) a partir de apelos à identificação com a diferença (no caso, com a fixação do “ser mulher” como traço distintivo da personagem).

Uma das sequências mais simbólicas do filme,³³ em que Diana aparece pela primeira vez trajada como Mulher-Maravilha, produz efeitos de articulação desse tipo de subjetividade ao demandar tanto a exposição do corpo como receptáculo do poder quanto a afirmação orgulhosa da diferença. Recusando-se a seguir o plano traçado por Steve, cujo objetivo é derrotar os alemães, Diana decide que precisa salvar os habitantes de uma vila ocupada, reafirmando seu papel “feminino” de cuidadora em oposição à frieza da estratégia “masculina”. Ela então despe a capa que a protegia e adentra a “terra de ninguém” (espaço entre as trincheiras aliada e alemã) apenas com o traje de heroína, revelado por enquadramentos que estetizam e fragmentam o corpo.

O controle do corpo ocorre também na conformação da sexualidade a valores dominantes. Diana parte de uma origem ambigualmente *queer* — cresceu em uma ilha só de mulheres e, em uma conversa com Steve, diz que, embora os homens sejam integrais para a reprodução, são desnecessários para o prazer sexual.³⁴ No entanto, no decorrer da narrativa ocorre a reconsolidação da heterossexualidade, dentro da convenção hollywoodiana segundo a qual a heroína deve necessariamente formar uma ligação romântica e, posteriormente, ter uma noite de sexo com Steve antes da batalha final — subtrama em nada essencial para a jornada da personagem em termos narrativos.

Por fim, é possível observar uma tentativa de inserir o corpo da heroína no aparelho de produção do capitalismo neoliberal até no que poderia ser enxergado como

³³ Disponível em <https://youtu.be/pJCgeOAKXyg>. Acesso em 19 jun. 2020.

³⁴ Esta fala sobre sexo pode também ser associada a uma nova proliferação de discursos sobre sexo e sexualidade nas mídias, que requer que as mulheres se apresentem como sujeitos desejantes ativos, no que Gill (2007) e outras autoras chamam de “tecnologias de sensualidade”. Para a autora, essa abertura para se falar sobre e exibir a sexualidade feminina é em geral encarada como libertação, mas pode também ser lida na chave foucaultiana que concebe a obrigação de “confessar” o sexo como parte central da operação do poder. Assim, não parece por acaso que esse comentário seja feito no contexto da construção de uma ligação romântica heterossexual.

valorização de um modo diferente de heroísmo, construído a partir de qualidades tradicionalmente associadas à feminilidade — compaixão, amor, bondade —, em detrimento do monopólio masculino da violência. O fato de que Diana deixa em definitivo sua ilha (um contexto social onde prevalece a interdependência e a solidariedade entre iguais) para solitariamente proteger e salvar o mundo da propensão masculina à destruição atua como reforço de uma noção de responsabilidade individual e da atribuição do trabalho de cuidado às mulheres. Nesse sentido, a Mulher-Maravilha seria um exemplo perfeito desse trabalho do qual o capitalismo depende para reproduzir e manter o capital humano, agora justificado pelo vocabulário de equilíbrio entre carreira e responsabilidades familiares do qual trata Rottenberg (2018), porque sua carreira é justamente um trabalho de cuidado em escala global, para com toda a humanidade.

CAPITÃ MARVEL

Por sua vez, *Capitã Marvel* joga luz sobre outro ponto crucial para as políticas de empoderamento dos feminismos midiáticos: a questão da autoestima e da confiança, sob a lógica de uma subjetividade feminista que demanda o empreendedorismo de si. Aqui, a biopolítica que constitui o ser visível nas políticas de representação dos feminismos midiáticos atua menos sobre o corpo (cuja imagem não enfatiza a condição de “para-ser-olhada”, embora permaneça ligada a códigos sociais dominantes de feminilidade) e mais sobre a mente, a partir do investimento em si para a superação de limitações individuais e a autoconstrução do sujeito empoderado. É bastante didática a trajetória dessa mulher que supera suas inseguranças e rompe com forças que a controlam, para então descobrir seus poderes latentes, que a transformam literalmente no ser mais poderoso do universo.

Encontramos Carol Danvers (Brie Larson) pela primeira vez em um planeta alienígena, sem memória de seu passado, claramente insegura em relação a sua identidade e seu poder. De seu mentor, ela ouve que deve controlar as emoções e usar seus poderes com racionalidade, um aceno para séculos de construções sociais, nas culturas ocidentais, que enquadram as mulheres como mais próximas à natureza, e portanto emocionais e descontroladas, enquanto os homens são identificados com a

cultura, a racionalidade e a ordem. Quando ela é capturada por inimigos e tem sua memória vasculhada em busca de informações, vemos flashbacks de vários momentos em que seu crescimento e desenvolvimento foi dificultado simplesmente por ser mulher: quando era uma criança que queria correr de kart e ouve do pai que ali não é seu lugar; na academia militar, onde seus colegas homens dizem que ela não será capaz de completar o treinamento; na Força Aérea, onde novamente ouve que aquela é uma atividade masculina e a presença de mulheres em combate não é permitida.

Ao ser obrigada a voltar à Terra, que descobrimos ser seu planeta de origem, Danvers começa aos poucos a redescobrir sua própria história — como uma habilidosa piloto —, faz um novo aliado que não questiona suas capacidades (até porque são capacidades sobrehumanas, e ele é humano), e se reconecta com sua melhor amiga, com quem tinha uma relação de apoio mútuo, em um aceno à noção de sororidade. Ela descobre também que sua missão como membro de uma força especial alienígena não era bem de proteção daquela raça, mas de opressão de outra, e, como prova de sua força interior elevada, rebela-se e começa a investir ativamente em seu empoderamento.

Há que se reconhecer que a construção da autoestima é relevante para as políticas de empoderamento, ao se considerar que há uma relação dialética entre empoderamento individual e empoderamento coletivo, como aponta Patricia Hill Collins (2019) a partir da experiência do feminismo negro estadunidense. Segundo essa perspectiva, a transformação da consciência cumpre papel fundamental em um projeto de justiça social que enfatiza a necessidade de autodefinição (“o poder de cada um de dar nome a sua própria realidade”) e autodeterminação (“o poder de cada um de decidir seu próprio destino” (COLLINS, 2019, p. 459), como primeiro passo para a formação de uma massa crítica de pessoas com a consciência transformada, o que pode promover o empoderamento coletivo. No entanto, empoderar-se “requer mais que transformar a consciência individual” — o “empoderamento também exige mudar as injustas instituições sociais” (COLLINS, 2019, p. 433).

No entanto, a jornada bastante solitária de Danvers aponta para o fato de que seu empoderamento se dá no nível da consciência individual, a partir de construções psicológicas como autoestima e autocontrole, sem ligação com articulações coletivas, o

que é reforçado por uma alegoria bastante literal. Em uma sequência decisiva,³⁵ Danvers é capturada e submetida, dentro de sua própria mente, a um confronto com uma forma de inteligência artificial alienígena apropriadamente denominada de Inteligência Suprema — que governa a civilização alienígena para onde a personagem fora levada, sem memória, após um acidente que lhe deu poderes. Esta inteligência, que o antigo mentor de Danvers acredita ser capaz de disciplinar a heroína, pode ser interpretada como a corporificação do biopoder e do panóptico interno que os sujeitos submetidos a ele carregam. Ela diz que Danvers nunca teve a força para controlar seus poderes sozinhas e lembra a heroína de suas fraquezas como humana, como mulher humana em especial, guiada excessivamente pelas emoções. Danvers, no entanto, se dá conta de que sua força está na capacidade humana de resiliência, e consegue por fim vencer sua opositora. São particularmente significativas as palavras que diz nesse momento: “Faz tempo que venho lutando em desvantagem. Mas o que vai acontecer quando eu finalmente me libertar?”.

Pode-se tomar esta sequência como o momento em que se articula mais claramente uma subjetividade que demanda que Danvers se engaje no empreendedorismo de si e torne visível sua diferença. É aqui que culmina o percurso de empoderamento da heroína, que se dá por força de sua integridade individual e se faz visível pelos atos (derrotar todos os vilões e decidir salvar os oprimidos) e pelo discurso que afirma sua diferença como humana e, sobretudo, mulher humana, reforçado pela trilha sonora — a música “Just a Girl”, da banda No Doubt, símbolo do “girl power” dos anos 1990.³⁶

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dessa forma, ainda que com ênfases diferentes, é patente que o ideal de empoderamento em *Mulher-Maravilha* e *Capitã Marvel* nos coloca diante de uma lógica individualista e autorreguladora (do corpo ou da mente) que tende a reinscrever esta subjetividade feminina empoderada nos discursos normativos do capitalismo neoliberal, disciplinando as mulheres ao redirecioná-las para o trabalho de reprodução

³⁵ Disponível em <https://youtu.be/wu16V0YTaHk> (parte 1) e <https://youtu.be/m1tsi2BVwic> (parte 2). Acesso em 19 jun. 2020.

³⁶ Disponível em <https://youtu.be/xOYvgQbpcSw>. Acesso em 19 jun. 2020.

ou ao colocar sobre elas o fardo do trabalho afetivo do empreendedorismo de si. Como lembra Banet-Weiser (2014; 2015a), tal processo mascara os modos como políticas materiais — leis, economia, política — tentam tirar das mulheres e meninas o controle sobre seus corpos e desvia o foco de mecanismos mais estruturais que encorajam a falta de confiança nas mulheres. Trata-se de políticas de empoderamento que se definem como superação individual de certas opressões, sem romper com as estruturas opressoras (em uma perspectiva interseccional que considere raça, sexualidade, classe etc., além do gênero).

Além disso, para além da trajetória das personagens no interior das narrativas, as leituras dominantes que os dois filmes receberam como projetos de inclusão das mulheres no cinema hollywoodiano e modelos de empoderamento para mulheres no mundo “real” se relacionam com um tipo de subjetividade feminista para a qual, como apontam Banet-Weiser, Gill e Rottenberg (2019), a inclusão se torna solução para as desigualdades de gênero, como se a mera presença de mulheres necessariamente alterasse ou desafiasse as estruturas que as excluem, quando de fato apenas as valida como sujeitos econômicos neoliberais. Quanto às políticas de representação, é preciso lembrar que a visibilidade midiática representa uma forma de poder, mas não é um acesso garantido a ele, porque “*supõe* que a igualdade esteja latente no modo de representação, em vez de *lutar* por ela como uma prática”, obscurecendo assim “outros modos por meio dos quais cidadãos marginalizados são aliados de poder” (BANET-WEISER, 2015b, p. 190, tradução minha).

No entanto, essa mesma atribuição de um sentido empoderador às personagens — como inspirações para mulheres em diversas partes do mundo — aponta para a necessidade de retomar a concepção foucaultiana do poder como associado à resistência, pois “os indivíduos e os grupos sociais convivem de maneira reflexiva e crítica com essas disposições [do poder] e geram diversos processos de biorresistência mediante os quais disputam o controle e o significado do corpo” (ARCE, 2019, p. 103, tradução minha), impondo desafios que implicam “disputas pelo poder de significar, interpretar e representar” (p. 93).³⁷

³⁷ José Manuel Valenzuela Arce propõe o conceito de biorresistência como complemento ao de biopolítica. Biorresistência seria a “expressão das respostas individuais e coletivas frente à biopolítica” (ARCE, 2019, p. 93, tradução minha). O objetivo da biorresistência “é a disposição de decidir sobre o

No mesmo sentido e também a partir de uma concepção foucaultiana de poder, Collins aponta que o poder de reivindicar e ocupar os espaços hegemônicos da ideologia e da cultura “para ‘pensar e fazer aquilo que não se espera de nós’ constitui uma importante dimensão do empoderamento” (COLLINS, 2019, p. 450). Nessa perspectiva, poderíamos metaforicamente pensar o status dos feminismos midiáticos contemporâneos como de *outsiders* internos — termo que Collins emprega para denominar um “lugar social ou espaço fronteiro que marca os limites entre grupos de poder desigual” (COLLINS, 2019, p. 460), um lugar social do qual o grupo ao qual aquele indivíduo pertence é em geral excluído. Assim, parcialmente assimilados pelo neoliberalismo, mas ainda à margem, equilibrando-se entre a cooptação e a resistência, os feminismos midiáticos poderiam valer-se dessa perspectiva privilegiada, segundo a visão de Collins (2019), para traçar estratégias criativas de atuação de dentro, explorando fissuras e rachaduras sem muito alarde, para impulsionar mudanças, respondendo de forma reflexiva e crítica às disposições do poder e gerando processos de biorresistência. Nesse sentido, se temos uma cultura midiática transnacional, que dissemina ideologias neoliberais, seria melhor ocupar esse espaço e se aproveitar de sua lógica para abrir espaço para transformações.

Portanto, as perspectivas de Arce (2019) e de Collins (2019) reforçam a percepção de que as políticas de empoderamento dos feminismos midiáticos articuladas por *Mulher-Maravilha* e *Capitã Marvel* são inerentemente ambivalentes, na medida em que encorajam tanto um empoderamento individual que pode se encaminhar para uma tomada de consciência coletiva, quanto podem atuar como biopolítica, trabalhando para disciplinar os corpos de determinadas mulheres e inseri-los no aparelho de produção do capitalismo neoliberal. Desse modo, pensar empoderamento no contexto dos feminismos midiáticos nos coloca em um espaço de constante tensão em que convivem a posição de *outsiders* internas e a inclusão que desempodera; o desenvolvimento da consciência crítica e a mercantilização; a hegemonia e a contra-hegemonia; a biorresistência e a biopolítica.

Por tal razão, mesmo que nos preocupemos com a reestruturação das políticas feministas para servir aos imperativos do neoliberalismo, não é produtivo simplesmente

próprio corpo, defini-lo como geografia de resistência e fazer visível sua participação na disputa por posições e significados sociais contra-hegemônicos” (ARCE, 2019, p. 102).

desprezar os feminismos midiáticos como mero exercício de marketing que serve à expansão do neoliberalismo. Ao contrário, “as sobreposições e intersecções de afeto, desejo, crítica e ambivalência” que caracterizam o que Banet-Weiser chama de feminismo popular (e que eu coloco sob o guarda-chuva mais amplo dos feminismos midiáticos) “são espaços de abertura em potencial para, e conexões com, uma prática feminista mobilizadora” (BANET-WEISER, 2018, posição 84, tradução minha). Para Banet-Weiser (2012), ainda que, nessa cultura, a crítica ou a subversão sejam frequentemente cooptadas e deslocadas, sua articulação permanece um desafio ao poder.

Podemos pensar nesses espaços de ambivalência também a partir da concepção de Hall (2016) de que a hegemonia está sempre em disputa, em um processo ativo, contínuo, sempre temporário e contestado, que faz da cultura um campo de batalha permanente. E é justamente nessa ambivalência que reside o potencial para que os feminismos midiáticos tornem-se motor de mudanças emancipatórias. É nesse sentido que, para Banet-Weiser (BANET-WEISER; GILL; ROTTENBERG, 2019), ainda que grande parte dos feminismos altamente visíveis se conformem à heteronormatividade, à universalidade da branquitude, às formações econômicas dominantes e a uma trajetória capitalista de sucesso, eles abrem espaço para ouvirmos mensagens feministas silenciadas por muito tempo e para imaginarmos um conjunto diferente de normas de gênero e diferença sexual, permitindo disputar o controle e o significado do corpo e o poder de significar, interpretar e representar, em processos coletivos de biorresistência que podem levar a redefinições de um comum partilhado. A sincronia entre a visibilização dos feminismos e o ressurgimento de mobilizações feministas em larga escala é uma pista nesse sentido.

Portanto, delimitar o potencial emancipatório ou normativo de tais feminismos é tarefa que fica em aberto, pois não pode ser empreendida examinando-se apenas as imagens e discursos que as políticas de representação dos feminismos midiáticos carregam (o que era o objetivo do presente artigo). Tal tarefa depende sobretudo de um mergulho mais profundo no modo como os indivíduos recebem e se apropriam dessas imagens e discursos, como já argumentou Hall (2003b; 2003c),³⁸ dimensão onde aquilo

³⁸ No âmbito da minha pesquisa de mestrado, pretendo abordar tal tarefa a partir da perspectiva da crítica de mídia, examinando os sentidos que as críticas feministas sobre *Mulher-Maravilha* ajudaram a colocar em circulação.

que escapa ao poder pode abrir brechas para que surja o imaginário que poderia contribuir para a construção de outro senso comum, outra paisagem do possível, que poderia, quem sabe, nos guiar na direção de algo novo, uma forma pós-capitalista de sociedade.

REFERÊNCIAS

ARCE, José Manuel Valenzuela. **Trazos de sangre y fuego**. Wetzlar: Bielefeld University Press, 2019.

ASSUNÇÃO, Alysson Bruno M.; JORGE, Thaís Mendonça. As mídias sociais como tecnologias de si. **Esferas**, Volume 3, Número 5, 2015.

BANET-WEISER, Sarah. **Authentic TM: The Politics of Ambivalence in a Brand Culture**. Nova York e Londres: New York University Press, 2012.

_____. Am I Pretty or Ugly? Girls and the Market for Self-Esteem. **Girlhood Studies**, Volume 7, Número 1, p. 83-101, 2014.

_____. Keynote Address: Media, Markets, Gender: Economies of Visibility in a Neoliberal Moment. **The Communication Review**, Volume 18, Número 1, p. 53-70, 2015a.

_____. ‘Confidence You Can Carry!’: Girls in Crisis and the Market for Girls’ Empowerment Organizations. **Continuum**, Volume 29, Número 2, p. 182-193, 2015b.

_____. **Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny**. Durham e Londres: Duke University Press, 2018. *E-book*.

BANET-WEISER, Sarah; GILL, Rosalind; ROTTENBERG, Catherine. Postfeminism, Popular Feminism and Neoliberal Feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in Conversation. **Feminist Theory**, Volume 0, Número 0, p. 1-22, 2019.

BERTH, Joice. **O que é empoderamento?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. São Paulo: Boitempo, 2019.

DOANE, Mary Ann; MELLENCAMP, Patricia; WILLIAMS, Linda. Feminist Film Criticism: An Introduction. In: DOANE, Mary Ann; MELLENCAMP, Patricia; WILLIAMS, Linda (org.). **Re-vision: Essays in Feminist Film Criticism**. Los Angeles: University Publications of America, 1984, p. 1-17.

FEDERICI, Silvia. **Calibã e a bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva**. São Paulo: Elefante, 2017.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 13. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

_____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 20. ed. Petropolis: Vozes, 1999.

_____. Tecnologias de si, 1982. **verve**, Número 6, p. 321-360, 2004.

_____. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2018.

GILL, Rosalind. **Gender and the media**. Cambridge: Polity, 2007. *E-book*.

_____. Post-Postfeminism?: New Feminist Visibilities in Postfeminist Times. **Feminist Media Studies**, Volume 16, Número 4, p. 610-630, 2016.

GILL, Rosalind; ORGAD, Shani. The Confidence Cult(ure). **Australian Feminist Studies**, Volume 30, Número 86, p. 324-344, 2015.

GRAY, Herman. Subject(ed) to Recognition. **American Quarterly**, Volume 65, Número 4, p. 771-798, 2013.

HALL, Stuart. Notas sobre a desconstrução do popular. In: SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte e Brasília: Editora UFMG, Representação da Unesco no Brasil, 2003a, p. 247-264.

_____. Codificação/decodificação. In: SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte e Brasília: Editora UFMG, Representação da Unesco no Brasil, 2003b, p. 387-404.

_____. Reflexões sobre o modelo de codificação/decodificação: uma entrevista com Stuart Hall. In: SOVIK, Liv (org.). **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte e Brasília: Editora UFMG, Representação da Unesco no Brasil, 2003c, p. 353-386.

_____. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Apicuri; Editora PUC-Rio, 2016.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de (org.). **Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

KAPLAN, E. Ann. **A mulher e o cinema**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

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

LAURETIS, Teresa De. **Alice Doesn't: Feminism, Semiotics, Cinema.** Londres e Basingstoke: Macmillan, 1984.

_____. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque De (org.). **Tendências e impasses: o feminismo como crítica cultural.** Rio de Janeiro: Rocco, 1994, p. 206-242.

MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. In: XAVIER, Ismail (org.). **A experiência do cinema: antologia.** Rio de Janeiro: Graal, 1983, p. 437-453.

_____. Unmasking the Gaze: Feminist Film Theory, History, and Film Studies. In: CALLAHAM, Vicki (org.). **Reclaiming the Archive: Feminism and Film History.** Detroit: Wayne State University Press, 2010, p. 17-31.

NWABASILI, Mariana QueeNúmero A altura das falas na 'realidade' e na ficção audiovisual: reflexões sobre representação e representatividade. **Novos Olhares**, Volume 6, Número 1, p. 129-146, 2017.

PRUDENCIO, Natalia Engler. Das Políticas às economias: a questão da visibilidade para os feminismos midiáticos contemporâneos. In: ANAIS DO 42º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO 2019, Belém. **Anais [...].** Belém: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2019, p. 1-13. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0826-1.pdf>. Acesso em 19 jun. 2020.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado.** São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

ROTTENBERG, Catherine. **The Rise of Neoliberal Feminism.** Nova York: Oxford University Press, 2018.

THORPE, Holly; TOFFOLETTI, Kim. Female Athletes' Self-Representation on Social Media: A Feminist Analysis of Neoliberal Marketing Strategies in "Economies of Visibility". **Feminism & Psychology**, Volume 28, Número 1, p. 11-31, 2018.

WILLIAMS, Raymond. **Keywords: A Vocabulary of Culture and Society.** Nova York: Oxford University Press, 1983.

FILMOGRAFIA

CAPITÃ Marvel. Direção: Anna Boden e Ryan Fleck. Burbank, CA (EUA): Walt Disney Pictures. 123 min. Título original: Captain Marvel.

MULHER-MARAVILHA. Direção: Patty Jenkins. Los Angeles: Warner Bros., 2017. 1 disco *blu-ray* (141 min.). Título original: Wonder Woman.



Recebido em 21 de junho de 2020
Aprovado em 16 de setembro de 2020