

Somos todas nós Mulheres-Maravilha?

Kareen Terenzo¹

Resumo

Nas últimas décadas, um efusivo movimento em nome do(s) feminismo(s) ou do “ser feminista” vem sendo propalado por um pretendido “empoderamento feminino”. Sem que este apresente fundamentos acerca de sua proposta, surgiu a pergunta: as vozes que conclamam ao “empoderamento feminino”, empoderam a quem, a serviço de quê ou de quem? Para analisar a problemática, reflito sobre o episódio no qual a Organização das Nações Unidas (ONU), em 2016, nomeou a personagem “Wonder Woman”, considerada feminista e heroína das histórias de banda desenhada, como embaixadora da igualdade de gênero a partir do “empoderamento para mulheres e meninas”.

Palavras-chave: corpo, feminismos, subjetividades, empoderamento feminino, Wonder Woman.

Introdução

Nas últimas décadas, o feminismo como ativismo voltou a ocupar os espaços públicos por meio de manifestações que têm ocorrido sobretudo nos grandes centros urbanos.² Essas manifestações, de modo geral, ocorreram e vêm ocorrendo em protesto e resistência política à violência cometida contra as mulheres e contra a misoginia. Além das ruas, o feminismo tem sido assunto nos *media* em particular das mídias sociais, das cerimônias de premiação - como Oscar e Globo de Ouro -, das revistas femininas e de comportamento que se propõe a explicar o “bê-a-bá”, e até no campo da moda aonde, literalmente, pode se vestir o feminismo através de t-shirts com slogans como “Girl power”, “How a feminist looks like”³.

¹ Estudante do Programa de Doutorado em Estudos Feministas oferecido pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra em colaboração com o Centro de Estudos Sociais.

² *El País*. Como exemplo, a “Marcha 8M” que acontece desde os anos 2000 nas grandes capitais de 30 países do mundo. Nos últimos três anos, a Marcha vem ganhando novas adesões e tido grande repercussão no mundo todo. Em 2018, a Espanha parece ter sido o país a reunir o maior número de manifestantes. Consultado a 24-5-2018 em https://politica.elpais.com/politica/2018/03/08/actualidad/1520528768_368042.html

³ The Guardian. Nos últimos cinco anos, e creio que motivados pelos discursos e protestos de celebridades do *showbiz*, com ênfase, do cinema hollywoodiano, tem proliferado no campo da moda produtos com frases que recorrem ao(s) feminismo(s). Como exemplo a campanha “How a feminist

Mais que propriamente feminismo(s), o “ser feminista” ganhou relevância a partir do uso da expressão “empoderamento feminino.”⁴ A esse efusivo movimento do “ser feminista”, e que aparentemente vem sendo proclamado “em nome de” ou usado pelo pretendido “empoderamento feminino”, surgiu a pergunta: de qual ou de quais feminismos estamos falando? Ou melhor, as vozes (em nome dos feminismos) que conclamam ao “empoderamento feminino”, empoderam a quem, a serviço de quê ou de quem? Ao analisar as mudanças ocorridas no papel social das mulheres⁵ compreendo que, embora muito tenha sido conquistado, as mulheres continuam sendo representadas e julgadas pelo seu corpo e seu valor sexual. Como também observa Rosalind Gill:

Há algo em comum no modo como as mulheres são representadas em todas as sociedades – uma ênfase na aparência, um trivialização das preocupações das mulheres, uma sugestão de que o valor sexual de uma mulher é o seu valor mais importante. (Gill, 2017: 142)

Assim, ainda que muitas mudanças econômicas, políticas e jurídicas tenham ocorrido desde a Primeira Onda Feminista, como se sabe apenas algumas mulheres puderam ir além das estruturas religiosa ou familiar, alçar e exercer papéis no espaço público tendencialmente ocupados por homens. As mulheres continuam sendo minoria nas estruturas políticas e no mundo corporativo, têm salários inferiores aos homens⁶ e, culturalmente e socialmente, ainda enfrentam problemas como a violência física e simbólica. Por outro lado, com frequência, são apenas evidenciadas pelos *media* apenas trajetórias e narrativas de mulheres que, “vitoriosas”, atingiram o considerado “sucesso”, ou seja, foram “empoderadas”.

Do ponto de vista do Estudos Feministas, de acordo com Gill e Scharff (2011), o mundo feminista se tornou pós ou *power. Girl power, top girls, can-do-girls,*

looks like” que teve a frente várias celebridades do cinema, entre homens e mulheres. Consultado a 25-5-2018 em <https://www.theguardian.com/fashion/2017/jan/24/this-is-what-a-feminist-t-shirt-looks-like>.

⁴ A palavra empoderamento é a tradução de *empowerment*, em inglês. Esta, poderia ser traduzida também como capacitação. No idioma português, tem sido traduzida como empoderamento. Acredito que a expressão “empoderamento feminino” como vem sendo utilizada nas sociedades estadunidense e brasileira carrega uma simbologia que pretende conferir ao sujeito a possibilidade de agência. Deste modo, sempre que usar a palavra empoderamento e suas derivações ao longo deste texto, o farei colocando-a entre aspas.

⁵ Me refiro às mulheres brancas, das grandes metrópoles do (nosso) Ocidente e que tiveram acesso e conquistaram direitos, espaços no mercado de trabalho e alguma independência financeira.

⁶ TSF. Como exemplo, a notícia publicada em <https://www.tsf.pt/economia/interior/em-todas-as-profissoes-mulheres-ganham-menos-que-os-homens-9384659.html> Consultado a 30-5-2018.

coexistem. Segundo as autoras, não se fala mais em sexismo, mas em “empoderamento”. É nesse sentido que questiono a expressão “empoderamento feminino” que vem sendo propalada em nome do feminismo (ou de feminismos) de forma acrítica e, muitas vezes, como um estilo de vida ou status social possível de ser adquirido, e deste modo, como se fosse acessível a todas as mulheres.

Em síntese, são muitos os meios em que a convocação ao “empoderamento feminino” tem sido apregoada. Entre eles, para ancorar e fundamentar esta análise escolhi o episódio no qual a Organização das Nações Unidas em 2016, nomeou e declarou⁷ como Embaixadora de suas metas a personagem das histórias em quadrinhos “Wonder Woman⁸” (figura 1). Especificamente a meta em questão, a “número 5”⁹, teria como objetivo promover a igualdade de gêneros¹⁰ pelo empoderamento de mulheres e meninas. Noticiada em vários periódicos internacionais a nomeação gerou protestos¹¹ por parte de grupos ativistas, incluindo feministas, pelo fato da nomeada embaixadora não ser uma pessoa real, e ainda, pela sua imagem hipersexualizada. Dois meses depois a ONU retirou a nomeação e o assunto foi esquecido ou dado como “encerrado”.

⁷ United Nations. A nomeação consta na página do *website* da organização. Consultado a 23-5-2018 em <http://www.un.org/apps/news/story.asp?NewsID=55367#.WkhAYhSFi>. A cerimônia da nomeação pode ser vista no canal da UN no *Youtube*. Consultado a 23-5-2018 em <https://www.youtube.com/watch?v=YmxUcnhtt9Q>

⁸ DC Comics. A personagem Wonder Woman, ou “Mulher-Maravilha” foi criada por William Moulton Marston. Consta no site da DC Comic, detentora da marca “Wonder Woman”, a estória sobre a personagem a qual enfatiza seu papel como feminista. Consultado a 22-5-2018 em <https://www.dccomics.com/characters/wonder-woman>

⁹ United Nations. No original: “Wonder Woman, the iconic superhero, has been named an Honorary Ambassador for the Empowerment of Women and Girls by the United Nations and will be tasked with raising awareness about Goal 5 of the UN Sustainable Development Goals, which seeks to achieve gender equality and empower all women and girls by 2030.” Consultado a 22-5-2018 em <http://www.un.org/apps/news/story.asp?NewsID=55367#.WkhAYhSFi>

¹⁰ Em tempos de discussão sobre gêneros, o site da UN não é claro a esse respeito. Entende-se que tratam-se dos gêneros feminino e masculino na concepção tradicional ou que impera socialmente - homens e mulheres.

¹¹ New York Times. A divulgação sobre a retirada da nomeação pode ser vista, por exemplo, em <https://www.nytimes.com/2016/12/13/world/un-wonder-woman-campaign.html> e <http://edition.cnn.com/2016/12/13/health/wonder-woman-un-ambassador-trnd/index.html> Consultados a 22-5-2018.

Figura 1: Imagem da campanha da *United Nations* realizada pela *DC Entertainment*



Fonte: Imagem captada pela autora¹²

Concebida nos anos 1940, Wonder Woman ou Mulher-Maravilha surge como defensora da justiça e da paz. Atribuídas à personagem desde sua criação, características como força, agilidade e amabilidade, foi-lhe conferido ainda o atributo de feminista. De acordo com seu criador, Marston, ela poderia servir de inspiração para as mulheres¹³ daqueles tempos que viviam maiores restrições de participação política e social. Desde sua criação, no decorrer de mais de 70 anos, a personagem passou por algumas transformações mas sempre preservou os traços hipersexualizados e evidenciados, sobretudo, através de sua indumentária. Motivo este que fez com que não fosse bem vista pelas feministas também daqueles tempos.

Entretanto, nos anos 1970, Gloria Stein¹⁴ colocou a imagem da Wonder Woman na capa inaugural da revista militante *Ms.* sob o título “Mulher-Maravilha para Presidente”. O intuito era de que esta servisse de incentivo à independência feminina. É importante aqui sublinhar esse episódio, protagonizado por uma feminista

¹² Canal Youtube da *United Nations*. Consultado a 26-5-2018 em <https://www.youtube.com/watch?v=YmxUcnhtt9Q>

¹³ Revista *Veja*. Consultado a 26-5-2018 em <https://veja.abril.com.br/especiais/mulher-maravilha-feminista-desde-o-principio/>

¹⁴ Revista *Veja*. Consultado a 26-5-2018 em <https://veja.abril.com.br/especiais/mulher-maravilha-feminista-desde-o-principio/>

internacionalmente reconhecida, devido ao resgate da personagem, após mais de 30 anos¹⁵, e em tempos que o feminismo (e suas variantes) tem assumido novas formas.

Os questionamentos acerca desse “empoderamento” - para quem, a serviço de quê ou de quem. Sobre a escolha da icônica personagem - sua imagem textual e visual contidos nos ditos e não-ditos - recorro a José Luiz Aida Prado (2013) para conduzir a análise balizada pelo que o autor conceitua como “convocação biopolítica na fase comunicacional” porque entendo que situa melhor por assim dizer, a categoria foucaultiana da biopolítica (2008) através de como atuam os (novos) dispositivos no atual contexto capitalista-neoliberal.

Como elucida Tania Hoff (2015: 169) os *media* são “um dispositivo, um operador de poder que investe na produção de subjetividade”. A nomeação, objeto empírico em questão, mais do que uma notícia apresenta-se como uma “campanha publicitária”, amplamente midiaticizada e apoiada na indústria de entretenimento. Assim, e de acordo com Hoff

Numa perspectiva foucaultiana, a comunicação publicitária consiste numa enunciação coletiva e numa prática discursiva que promove discursos sobre o corpo os quais, por sua vez, tornam possíveis e visíveis as convocações biopolíticas e a constituição de biossociabilidades por meio de produção de subjetividade ou agenciamentos dos sujeitos. (Hoff, 2015: 173)

Embora não seja aqui o objetivo analisar publicações nos *media*, tornou-se necessário utilizar exemplos e referências *webgráficas* ao longo deste artigo, com o intuito de contextualizar a problemática.

No quadro dos Estudos Feministas dos Media, recorro a Rosalind Gill, Christina Scharff e Shelley Budgeon (2017; 2011) e à sua discussão de como o conceito “feminist empowerment” tem sido usado por um feminismo *mainstream* nas sociedades capitalistas-neoliberais. Me apoio ainda nas reflexões de Susan Bordo (1997) e Paula Sibilia (2002) para desenvolver a análise acerca do corpo e da constituição das subjetividades.

¹⁵ IMDB. De 1975 a 1979, a personagem ganhou uma série televisiva. Consultado a 25-5-2018 em <http://www.imdb.com/title/tt0074074/>. Somente após 75 anos, teve seu primeiro filme, “Wonder Woman” (Mulher-Maravilha, 2017, Patty Jenkins) em <http://www.imdb.com/title/tt0451279/>

O corpo como poder

Para Aidar Prado (2013), a biopolítica vive uma fase midiática por apresentar enunciadores sistêmicos orientadores e informativos, e outros mais complexos: os “analistas simbólicos”, enunciadores que atuam como balizadores de onde se está situado, “numa certa concepção de vida” - profissional, amorosa, estética, cultural - e “onde se quer chegar”. Nas palavras do autor “trata-se de um lugar idealizado, projetado com base numa certa concepção de vida e do mundo desejado, do corpo próprio e dos sentidos de futuro disponibilizados a cada um pelo sistema de mercadorias” (Aidar Prado, 2013: 10).

Em um sentido mais amplo de mercadorias, os enunciadores convocam a programas específicos, a regimes de visibilidade “ao que se entende por bem viver [ou como viver]” (Aidar Prado, 2013: 10). É o caso das instituições de poder, de regularização e normatização nos quais os enunciatários buscam, e em seus dispositivos¹⁶, não apenas se informar, mas se enquadrar, se situar no mundo, seja por intermédio, da televisão, dos jornais ou das redes sociais digitais. São “modos de ser e de viver”.

[É] possível deduzir um contrato de comunicação posto por um enunciador e dirigido a um enunciatário, caracterizando uma ação comunicativa em que um discurso se instala ou se reinstala [...] O enunciador [...] é uma função-autor, uma entidade institucional de autoria; o enunciatário é o leitor [ou receptor] idealizado. (Aidar Prado, 2013: 45)

Desse modo, não se trata de uma relação de dominação na qual os enunciatários são passivos, eles também têm agencia. Por isso o contrato.

Como explica Sibilia (2002), ao se referir à sociedade de controle descrita por Deleuze (Conversações, 1977), ao mesmo tempo e à medida que as instituições de confinamento entram em crise, surgem novas formas de poder que irão se infiltrar nos aparelhos de normatização e nas instituições disciplinares. São novos e sofisticados

¹⁶ Nos termos de Deleuze um dispositivo “é uma espécie de modelo ou meada, um conjunto multilinear. É composto por linhas de natureza diferente e essas linhas do dispositivo não abarcam, nem delimitam sistemas homogêneos por sua conta (o objeto, o sujeito, a linguagem), mas seguem direções diferentes, formam processos sempre em desequilíbrio, e essas linhas tanto se aproximam quanto se afastam uma das outras [...] Há linhas de sedimentação, diz Foucault, mas também há linhas de “fissura”, de “fratura”” (Deleuze, *apud* Hoff, 2015: 169).

dispositivos que irão designar um novo tipo de formação social a qual irá operar do Estado disciplinar da esfera de repressão, para o Estado disciplinar com foco no indivíduo. Esses dispositivos instauram novas perspectivas de poder ao romper com a concepção clássica da lei e da repressão, ao conduzir o poder como produtor de conhecimento e saberes, ou como uma ferramenta de institucionalização de verdades e normas. Instauram-se “novas formas de **subjetividade** [...] alimentando uma espiral de consumo de **modos de ser**” (Sibilia, 2002: Grifos no original) constituídos predominante pela aparência ou visibilidade.

Neste contexto, compreendo que a ONU apresenta-se como um enunciador institucional - uma instituição de poder - e um dispositivo disciplinar dos Estados ou da ordem geopolítica global, a qual, inserida no contexto do capitalismo-neoliberal, atua como e por intermédio das “convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais” nos termos colocados por Aidar Prado (2013). Dito de outro modo, uma organização institucional nomeia uma personagem da indústria privada e do entretenimento, para promover supostos interesses dos indivíduos, no caso, das mulheres, mas de fato dizem respeito aos interesses do sistema econômico. É quando Estado e capital tornam-se um só.

Implícita nas sociedades neoliberais advém a biopolítica dessa fase midiática que “orienta cada um para construir sua vida a partir [de] convocações discursivas” (Aidar Prado, 2013: 54). Estabelece-se uma sociedade que irá promover o discurso do bem-estar social a partir das escolhas e performances de cada indivíduo. Ao mesmo tempo que propicia uma ideia de pertencimento a um grupo, de intimidade, ou como argumenta Aidar Prado (2013: 54. Grifos no original), “a construção de um *nós*, um conjunto de pertencimento em que os valores comuns”. Para tanto,

O dispositivo busca capturar a atenção, motivar a fidelidade, a resposta ativa [...] em sua força de ouvitor, de seguidor de valores de consumo, de repercutidor. Para isso não basta convocar. É preciso que o discurso encarne. Ao interpelar, a pessoa tem de sentir o chamado no corpo. Tem que responder com o corpo. (Aidar Prado, 2013: 58)

Nesse sentido, ao se referir a Foucault e Bordieu, Bordo elucida “o corpo não é apenas um *texto* da cultura [é] um lugar *prático* direto de controle social” (Bordo, 1997: 19. Grifos no original). É pelo corpo que estamos sempre sujeitos à transformação e ao “aperfeiçoamento”. Nunca [algumas de] nós, mulheres, gastamos tanto tempo e energia

com o corpo, complementa a autora. Como se sabe, o corpo humano mudou ao longo dos tempos. Do mesmo modo suas representações. Não seria incorreto afirmar que é no corpo feminino que as transformações são notadamente mais visíveis e também midiáticas - da tirania dos corpos esqueléticos ou voluptuosos ou que se assemelham aos corpos masculinos, às metáforas do robô e do homem-máquina (Sibilia, 2002).

Para Bordo (1997), os “corpos dóceis” foucaultianos vêm sendo apresentados como corpos fortes, *controlados, mas fortes*. O corpo aqui em questão é o da personagem Wonder Woman, o qual a ONU se apropria como um dispositivo comunicacional e também regulador do “empoderamento feminino”. É este o sentido da “convocação biopolítica na fase comunicacional” (Aidar Prado, 2013) - novos e sutis dispositivos engendrados na “sociedade de controle”¹⁷ (Deleuze, 2008).

Por intermédio da ideia de *uma mulher-maravilha*, símbolo da “resistência e luta pela justiça e pela paz, [e que] irá ajudar a campanha [da ONU] com foco em cinco áreas de atenção”, a organização comunica seus objetivos¹⁸. Entre eles, destaco o que anuncia que serão compartilhados “*exemplos da vida real* de mulheres e meninas que estão fazendo a diferença todos os dias” (Grifos meus). Não que os outros quatro objetivos não mereçam atenção, mas resalto à problemática o fato da ONU se propor a oferecer modelos de *mulheres e meninas-maravilha* “fazendo a diferença”. Ao que concerne perguntar: quais seriam essas diferenças e que “vida real” seria essa?

De volta a imagem como dispositivo comunicacional que legitimaria o “empoderamento feminino”, o corpo da Wonder Woman (figura 1), apresenta códigos e simbologias que podem ser lidos como uma tentativa de homogeneizar identidades - a personagem tem pele branca, mas nota-se um leve tom amorenado; tem olhos escuros, grandes e acentuados semelhantes, ou como costumam ser representadas, as mulheres indianas e árabes. Os cabelos são escuros, anelados e volumosos. A boca é carnuda, o corpo é forte. Identifica-se a figura da mulher tipo ampulheta com peitos e ancas

¹⁷ Deleuze afirma em “Conversações” (2008: 215), que Foucault foi um dos primeiros a notar que “as sociedades disciplinares são aquilo que estamos deixando pra trás, o que já não somos. Estamos entrando nas sociedades de controles, que funcionam não mais por confinamento, mas por controle contínuo e comunicação instantânea”.

¹⁸ No original e na íntegra: “Wonder Woman's strength and fight for justice and peace will help to focus the campaign's attention in five key areas: Speaking out against discrimination and limitations on women and girls; Joining forces with others against gender-based violence and abuse; Supporting full and effective participation and equal opportunity for women and girls in leadership in all spheres of life – including the workplace; Ensuring all women and girls have access to quality learning, and Sharing examples of real life women and girls who are making a difference every day”. Consultado a 22-5-2018 em <http://www.un.org/apps/news/story.asp?NewsID=55367#.WlOsIxSFiuW>

realçados, muito comum nas representações do (nosso) Ocidente. Através da personagem, e fazendo uso das palavras de Bordo, apresenta-se “um ideal doméstico, sexualizado da feminidade” (Bordo, 1997: 34) marcado ostensivamente pela indumentária - um modelador de gêneros ainda em voga.

Bordo (1997) argumenta ainda que somos pessoas mais centradas na automodificação e menos no social - “nossos corpos são treinados, moldados e marcados pelo cunho das formas históricas predominantes de individualidade, desejo, masculinidade e feminidade” (Bordo, 1997: 20). São os “corpos dóceis” agora cada vez mais disciplinados [e controlados] na “busca de um ideal de feminidade evanescente, homogeneizante, sempre em mutação” (*Idem*).

Assim, a imagem da Wonder Woman como a heroína capaz de equilibrar forças pretende remeter “um modelo exemplar de femininidade”. Me servindo mais uma vez das palavras de Bordo, “virtudes [ideais] e tradicionalmente ‘femininas’ [do ser compassivo e sexualmente desejável] e [capaz de incorporar] linguagem e valores masculinos” (Bordo, 1997: 26. Aspas no original). Em vista disso, a mulher através do seu corpo, dito de modo crítico e irônico, poderia *finalmente* ascender e se tornar semelhante ao homem. Neste contexto, não há como deixar de notar a semelhança da personagem Wonder Woman aos dois heróis também estadunidenses - Super-Homem¹⁹, em associação à capa vermelha, e Capitão América²⁰, em associação ao escudo. O que demonstra a escolha da ONU por manter um modelo que só reforça o binarismo já existente.

Em tempos de um “feminismo *mainstream*” fortemente despolitizado, e no que se refere à problemática discutida, é importante confrontar ou, no mínimo, olhar com cautela e de forma crítica o conclamado “empoderamento feminino”²¹ e o feminismo no qual supostamente se apoia. Para Budgeon (2011), a Terceira Onda feminista englobaria os feminismos afiliados - como “*black feminist*”, “*victim feminism*”, entre outros - e estaria “menos preocupada com as questões de gênero e se identificaria mais com as questões de sua geração” (Budgeon, 2011: 282). Já o denominado Pós-feminismo parece querer romper com as práticas feministas anteriores e vem se apresentando como uma “cultura do eu”, um celebrado estilo de vida que, e de acordo

¹⁹ Consultado a 25-5-2018 em <http://www.dccomics.com/characters>

²⁰ Consultado a 25-5-2018 em [http://marvel.com/universe/Captain_America_\(Steve_Rogers\)#axzz532YHWNXX](http://marvel.com/universe/Captain_America_(Steve_Rogers)#axzz532YHWNXX)

²¹ Não será possível aqui aprofundar a discussão sobre a pluralidade dos “feminismos”. Para tanto, seria necessário outro enfoque e aprofundamento acerca da problemática.

com Budgeon (2011), apenas rearticula o discurso patriarcal dominante embasando assim os valores do capitalismo. Por conseguinte, o “empoderamento feminino” parece ter se oferecido apenas como mais uma celebração da economia e da política neoliberais.

Não se trata de eleger um modo correto de feminismo ou de “ser feminista” (Budgeon, 2011). Mas, o risco de colocar o(s) feminismo(s) como um *modo de ser feminista* a partir do *modelo de uma mulher*, personagem e heroína, sem levar em conta as pluralidades e diversidades existentes - e vindo de um órgão no qual se espera pluralidades - pode incorrer no grave erro de generalizações e de criação de um universalismo inevitavelmente falacioso.

Para Gill (2017), o Pós-feminismo se apresenta como uma “sensibilidade” que inclui a noção na qual o feminismo figura como uma apropriação do corpo - da objetificação como (ou para) a subjetificação. Como argumenta a autora

[É] como se a mídia resgatasse agora as ondas do ativismos feministas das décadas de 1970 e 1980, mas embalando-o de um modo como se fosse esvaziado [...] A noção feminista de liberdade sexual e de direito reprodutivo foi vendida e manipulada seletivamente na figura da mulher audaciosa, sexy, independente, que sabe lidar com seu poder sexual. (Gill, 2017: 141)

Em uma sociedade que passou do modelo de subjetividade do “produtor-disciplinado para o consumidor-disciplinado”, como elucida Sibilia (2002: 33), a imagem da Wonder Woman como dispositivo regulador é produto de entretenimento e também modelo de identidade. E à medida que as subjetividades modelam novos modos de ser, institui-se uma nova forma de produção que os mercantiliza - são expostos e consumidos como mercadorias, ou “identidades *prêt-à-porter*”. (Rolnik, 1997: 3).

É como operam os dispositivos institucionais corporificados aos dispositivos comunicacionais, exercendo assim seu papel institucional de normatização e regularização. Nesses termos, o “empoderamento feminino” trata-se mais de convocação à disciplina, do foco no individualismo e na “ênfase no consumo da transformação” (Gill, 2017: 4).

Para Aidar Prado (2013: 50) “[a] modalização do dever fazer [que] é dada numa série de passos no imperativo”, como a *hashtag* #withwonderwoman (com mulher-

maravilha) e a chamada “Think all Wonders We Can Do” (“Pense em todas as maravilhas que você pode fazer”), a convocação é para que cada mulher torne-se *woman power* ou *girl power*. Por conseguinte, o “empoderamento feminino” serviria somente às mulheres que disponham de recursos para se empenhar em tornar-se uma *Wonder Woman*.

Comentários finais

A partir do eixos teóricos que conduziram esta análise, a expressão “empoderamento feminino: para quem ou a serviço de que e de quem?”, apresenta-se como uma convocação biopolítica através do dispositivo institucional, a ONU, e comunicacional, o corpo ficcional de uma mulher com superpoderes que convoca ao empoderamento. Trata-se de um modo de ser “autogovernamental”. Uma das tônicas do *ethos* desses tempos que permeia a constituição das subjetividades “do ser moderno”, do “eu-empendedor”. A transformação deve ser do indivíduo. Buscar a igualdade entre gêneros é, e depende, de *empoderar a si própria*. Como se a igualdade entre gêneros dependesse tão, e somente, do sucesso ou do almejado “empoderamento feminino”. O que conduz a pensar em gênero ou na igualdade entre gêneros, (ainda) ancorada numa visão funcionalista. Como se fosse um “assunto” das mulheres, escamoteando a assimetria histórica e estrutural que persiste nas sociedades.

Para tanto, elege-se um corpo idealizado e, logo, falacioso no seu confronto com a heterogeneidade da realidade empírica, para que ocorra a adesão. Entram em cena os sofisticados dispositivos da “sociedade de controle” (Deleuze, 2008) destes tempos. Através de “miragens de personagens globalizados, vencedores e invencíveis [...] que habitam as etéreas ondas sonoras e visuais da mídia; personagens que parecem pairar acima das turbulências do vivo e da finitude de suas figuras”, como elucidada Rolnik (1997: 50).

Em tempos que as lutas feministas vêm ganhando crescente visibilidade nos espaços públicos, nada mais conveniente do que se apropriar da imagem de uma heroína icônica como símbolo de “sucesso e liderança”, balizada pelas conotações simbólicas que ela carrega: uma mulher superpoderosa forte como um homem, mas com o corpo modelado e hipersexualizado para firmar o gênero feminino. Uma guerreira dócil capaz de amar a todos. O corpo (fictício) feminino que convoca ao *chegou a vez das mulheres, empodere-se, você também é (ou pode se tornar) uma mulher-maravilha*. O arquétipo da deusa e guerreira, *da mulher empoderada*. Tão perigoso como a representação da

(antiga) mulher-vítima, uma vez que retira qualquer responsabilidade à organização social na efetiva transformação e garantia de paridade para todos os humanos.

Bibliografia

- Aidar Prado, José Luiz (2013). *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*. São Paulo: EDUC.
- Bordo, Susan R. (1997). “O corpo, o ser” in Jaggar, Alison M.; Bordo, Susan R. (org.) (1997) *Gênero, corpo e conhecimento*. Rio de Janeiro: Editora Rosa dos Tempos, 19-41.
- Budgeon, Shelley (2011). “The contradictions of successful femininity: third wave feminism, post-feminism and new femininities” in Gill, Rosalind; Scharff, Christina (org.) *New femininities – Postfeminism, neoliberalism and subjectivity*. London: Palgrave Macmillan, 279-292
- Deleuze, Gilles (2008). “Conversações”. Entrevista a Antonio Negri. São Paulo: Editora 34, 209-218. Tradução Peter Pál Pelbart.
- Gill, Rosalind (2017). “Não queremos só mais bolo, queremos toda a padaria!” *MATRIZES*, 2(11), 137-160.
- Gill, Rosalind; Scharff, Christina (org.) (2011). “Introduction” in *New femininities – Postfeminism, neoliberalism and subjectivity*. London: Palgrave Macmillan, 1-17.
- Hoff, Tania (2015) “Biossociabilidades do consumo: regimes de visibilidade da diferença no discurso publicitário” in Rocha, Rose de Melo; Peres-Neto, Luiz (org.) *Memória, comunicação e consumo - Vestígios e prospecções*. Porto Alegre: Sulina, 164-179.
- Rolnik, Suely (1997). Uma insólita viagem à subjetividade: fronteiras com a ética e a cultura in Lins, Daniel (org.) *Cultura e Subjetividade Saberes Nômades*, Campinas: Papirus, 25-34.
- Senellart, Michel (2008). *Michel Foucault Nascimento da Biopolítica*. Direção Ewald, François; Fontana, Alessandro. São Paulo: Martins Fontes. Tradução Eduardo Brandão. Revisão da tradução Cláudia Berliner.
- Sibilia, Paula (2002). *O Homem Pós-Orgânico – Corpo, subjetividade e tecnologias digitais*. Rio de Janeiro: Relume Dumará.