

## **A Representação das Masculinidades: Uma análise semiótica de O Incrível Mundo de Gumball<sup>1</sup>**

Antônio Kanaan FASSBINDER<sup>2</sup>

Marcelo da Silva ROCHA<sup>3</sup>

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS

### **RESUMO**

Esta pesquisa pretende discutir sobre a representação das masculinidades no desenho animado ‘O Incrível Mundo de Gumball’. O estudo traz uma análise comparativa entre os personagens Gumball e Darwin Watterson nos episódios ‘O Ajudante’ e ‘O Herói’. A metodologia empreendida neste estudo foi a semiótica de linha discursiva (SCHALLEMBERGER; CRESTANI, 2017; ANDRES, 2017), articulando o item de actorialização com os conceitos de tipos masculinos - tradicional, equilibrado e não-masculino -, estudados pela Flailda Garboggini (2005).

**PALAVRAS-CHAVE:** Masculinidades; O Incrível Mundo de Gumball; Representação; Semiótica.

### **DESENVOLVIMENTO**

Este estudo trata-se de um recorte realizado a partir da monografia intitulada ‘A representação das masculinidades nos desenhos animados: Uma análise comparativa entre O Incrível Mundo de Gumball e Johnny Bravo’. Entende-se que os programas televisivos veiculam informações, conhecimentos e valores que se relacionam com o aprendizado do público infantil. Os desenhos animados marcam a experiência das crianças e o modo em que elas se relacionam com a cultura. Os formatos audiovisuais midiáticos são capazes de ditar padrões de comportamentos masculinos e femininos. Em um contexto social, é necessário compreender as diferentes representações de masculinidades que estão presentes na mídia, assim como, os estereótipos que estão vinculados com o homem e a mulher. De modo geral, este estudo busca **discutir sobre a representação das masculinidades no desenho animado ‘O Incrível Mundo de**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado IJ 6 - Interfaces Comunicacionais do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação, 1º semestre do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa, e-mail: tonyfassbinder18@gmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, e-mail: marcelorochoa@unipampa.edu.br

**Gumball**<sup>7</sup>. Aqui, apropria-se do conceito de gênero enquanto índice linguístico da oposição política entre os sexos (BUTLER, 2014). Neste sentido, a autora compreende o fenômeno como um mecanismo pelo qual as noções do masculino e feminino são produzidas, e posteriormente naturalizadas. Para fazer a análise das masculinidades nos desenhos animados, foi necessário inicialmente compreender como o conceito é compreendido no campo acadêmico. Portanto, trata-se um termo oriundo do latino *masculus*, utilizado a partir do século XVIII, período em que a ciência começou a fazer esforços para estabelecer critérios em relação às diferenciações de sexo/gênero (DE OLIVEIRA, 2004). Conforme Barreto Januário (2014), o estudo sobre o homem, virilidade e masculinidade passou a preocupar os investigadores no século XX, período em que movimentos sociais passaram a estudar e discutir sobre a liberdade feminina. A masculinidade hegemônica e/ou tradicional é o modelo mais conhecido na sociedade, entretanto, não existe um modelo de masculinidade fixo, mas há construções que ocorrem de acordo com as variáveis, seja dentro de uma mesma cultura, período de tempo e/ou a relação entre diferentes grupos sociais (FASSBINDER, 2023; MEDRADO DANTAS, 1997). Além disso, a masculinidade, do mesmo modo que a cultura - concepção proposta por Laraia (1986) -, é como uma lente da qual o homem vê o mundo. Portanto, não há modelos de masculinidade corretos e/ou mais adequados. Entretanto, há três estereótipos<sup>4</sup> do masculino na publicidade e na mídia, analisados por Garboggini (2005), que interessam neste estudo: **I. Masculino Tradicional; II. Masculino Equilibrado; III. Não-Masculino**. A autora estuda sobre estes três tipos dentro do eixo dos contraditórios, que se trata da análise do masculino tradicional e não-masculino enquanto itens da extremidade, já o equilibrado, é o ponto central. O masculino tradicional (convencional) diz respeito ao homem com características de dominador e conquistador, ele é provedor do lar, pai autoritário e pouco participativo em atividades como os cuidados da casa e/ou a educação dos filhos. Entre os valores relacionados ao convencional, estão: poderoso, provedor, machão, autoritário, dominador, distante da família, racional e infalível (GARBOGGINI, 2005). Nos anos 90, ganha espaço um novo estereótipo de masculino nas propagandas, o **equilibrado**: mantém a masculinidade, mas admite a sensibilidade. Além disso, caracteriza-se por ser

---

<sup>4</sup> Um sistema de crenças compartilhadas acerca de traços de personalidade e características costumeiras atribuídas para determinados grupos (DE MELO; GIAVONI; TRÓCCOLI, 2004 *apud* FASSBINDER, 2023).

participativo e seguro em desenvolver atividades que até então, eram estereotipadas como da mulher (GARBOGGINI, 2005). O terceiro modelo é o não-masculino, que traz a seguinte configuração: “não se importa em carregar traços da aparência e provar sua masculinidade [...] homem de características e comportamentos femininos (GARBOGGINI, 2005 *apud* FASSBINDER, 2023, p. 42). Este perfil caracteriza-se também pelos aspectos mais delicados e emocionais, nos comerciais, costuma ser categorizado e aproximado ao gay. Em relação ao conceito de representação, o estudo apropria-se das atribuições teóricas dos autores Chartier (1991) e Wanner (2010). Conforme Chartier (1991), a representação é entendida como a relação entre imagem presente e um objeto ausente. Em outras palavras, é o mecanismo que cria relações e significados em cima de algo. Já Wanner (2010) indica que a representação refere-se a um objeto mediador que transporta significados. Em síntese, a representação indica um valor ou uma ideia acerca de um objeto, que foi construído com fatores culturais, sociais e temporais que estão presentes no consciente humano, que partem de um comportamento aprendido. Portanto, o ato de representar pode ser aplicado em diferentes locais, como no teatro, literatura, cinema, televisão e na internet (FASSBINDER, 2023). Quanto ao percurso metodológico, optou-se pela análise semiótica de linha discursiva (GREIMAS; COURTÉS, 2008; ANDRES, 2017), articulada aos tipos de masculino estudados pela Garboggini (2005). A metodologia justifica-se por ser a ciência que estuda a produção de sentido, fazendo intermédio entre signo e texto. Para Iasbeck (2005), o *signo* refere-se a tudo aquilo que chega da realidade, ou seja, uma parcela que representa um todo. No que tange ao objeto, optou-se por analisar os episódios ‘O Herói’ e ‘O Ajudante’ de O Incrível Mundo de Gumball. O procedimento semiótico utilizado será a **actorialização** com foco nos personagens Gumball (gato azul - protagonista) e Darwin Watterson (peixe laranja - co-protagonista), a fim de analisar a representação das masculinidades nos desenhos animados. De acordo com Andres (2017), a actorialização busca analisar a identidade dos personagens a partir de atitudes, comportamentos, estilos de vida, vestuários e estereótipos. O primeiro episódio analisado foi ‘O Ajudante’, que constitui-se da narrativa de Darwin Watterson, que busca por um melhor reconhecimento do irmão, já que é tratado apenas como um “ajudante”. O peixe começa a mostrar indícios de que a escola enxerga ele como subordinado do irmão. Deste episódio, destacam-se quatro

cenar principais: (1) Darwin chora ao dizer que se sente apenas um ajudante; (2) Darwin fica bravo ao ver caixa de e-mails vazia; (3) Gumball imita atitudes de Darwin para com os colegas; (4) Gumball imita atitudes de Darwin para com os animais e a natureza. A seleção das cenas se deu em razão da análise dos comportamentos dos dois personagens principais. De tal modo, percebe-se que Darwin apresenta características como a sensibilidade - visto que ele se sentiu inferiorizado ao ser reconhecido como ajudante. Posteriormente, nota-se que Darwin demonstra afeto com facilidade para com os colegas, fazendo com que o irmão justifique o posto de ajudante. Na última cena, vê-se que Darwin tem uma abordagem sentimental com a natureza, pois aprecia e vê beleza nos mínimos detalhes. Assim, nesse episódio, entende-se como características marcantes de Darwin: demonstração de afeto e fofura com os outros, através de abraços, palavras ou conversas. Além de ter facilidade de demonstrar chateações e chorar em público. Tais características apresentadas vão de encontro com o masculino equilibrado discutido pela Garboggini (2005), pelo fato deste perfil ser participativo e não demonstrar problemas com a sensibilidade. Por outro lado, Gumball trouxe características que vão de encontro com o tipo tradicional, pois ele ironiza Darwin ao acreditar que comportamentos sensíveis e afetuosos o tornam um ajudante. O segundo episódio analisado foi ‘O Herói’, que conta a história da relação de Gumball e Darwin com o pai Ricardo Watterson. A narrativa inicia-se a partir do momento em que Ricardo ouve a conversa das crianças na escola, e os irmãos reclamam da performance do pai, dizendo que o mesmo, coloca-os em situações de constrangimento. Assim, o coelho rosa mostra-se frustrado para com os filhos, e Gumball e Darwin, ao longo do episódio, criam um plano para resgatar a relação. Para a análise, destacam-se quatro cenas: (1) Ricardo faz uma canção sobre a relação com os filhos; (2) Darwin chora ao ouvir a canção do pai; (3) Gumball e Darwin se desesperam com possível morte do pai; (4) os três choram no momento em que Ricardo salva a vida de Gumball. Na análise de ‘O Herói’, percebe-se na primeira cena uma demonstração de características do masculino tradicional de Garboggini (2005), por parte de Gumball e Darwin no momento de ridicularizar a importância do próprio pai. Em seguida, há um momento de sensibilidade por parte de Darwin ao chorar da canção feita pelo pai, retornando, assim, para o papel do masculino equilibrado ao permitir a demonstração de afeto e sentimento. Como desfecho do episódio, nas cenas 3 e 4, vê-se que Gumball e Darwin demonstram

sentimentos de preocupação e de afeto para com o pai, tanto no momento em que acreditam que o pai morreu no ferro velho - local em que Ricardo deveria salvar a vida dos filhos -, quanto no momento em que Gumball é resgatado. No final, Gumball e Darwin notam a importância do pai. Percebe-se assim, que Gumball e Darwin, após ridicularizar o pai, demonstraram também características do tipo equilibrado ao demonstrar afeto entre homens e a facilidade em chorar e se emocionar. A partir da análise dos dois episódios, é possível perceber que Darwin possui maiores aproximações com o perfil de masculino equilibrado do que Gumball, visto que o personagem demonstra sensibilidade, fala sobre sentimentos, se preocupa com as pessoas, é gentil e fofo, e também chora com facilidade. Já Gumball ridiculariza os comportamentos de Darwin e Ricardo nos episódios, entretanto, também demonstra afeto, através de abraços e elogios. Desse modo, percebe-se que os personagens transitam entre os estereótipos do masculino que são apresentados pela Garboggini (2005), pois em alguns momentos corroboram com características do tipo tradicional, e em outros aproximam-se do masculino equilibrado.

## REFERÊNCIAS

ANDRES, Fernanda Sagrilo. **#Participle**: A interatividade do fazer televisual. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), 2017.

Disponível em:

[https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/13083/TES\\_PPGCOMUNICACAO\\_2017\\_ANDRES\\_FERNANDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/13083/TES_PPGCOMUNICACAO_2017_ANDRES_FERNANDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y) Acesso em: 19 jul. 2022.

BARRETO JANUÁRIO, Soraya. De homem para homem: cultura, imagem e representações masculinas na Publicidade. **Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación**, [La Rioja], n. 9, p. 397-429, 2014. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4718689>. Acesso em: 19 jul. 2022.

BUTLER, Judith. Regulações de Gênero. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 42, p. 249-274, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cpa/a/Tp6y8yyyGcpfdbzYmrc4cZs/?lang=pt> Acesso em: 28 jun. 2022.

CHARTIER, Roger. O Mundo como Representação. **Estudos Avançados**, v. 5, n. 11, 1991, p. 173-191. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/SZqvSMJDBVJTXqNg96xx6dM/?lang=pt> Acesso em: 04 jul. 2022.

DE OLIVEIRA, Pedro Paulo de. **A construção social da masculinidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, 2004.

GARBOGGINI, Flailda Brito. O homem na publicidade da última década. Uma cultura em mutação? **Educar em Revista**, n. 26, p. 99-114, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/er/a/dBR5KDLfxFpYBYCcTV6C7dH/?format=pdf&lang=pt>  
Acesso em: 28 ago. 2022.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de Semiótica**. Tradução Alceu Dias Lima. São Paulo: Editora Cultrix, 2008.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Método semiótico. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 193-205.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Editora Schwarcz - Companhia das Letras, 1986. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=53DTDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=cultura+LARAIA&ots=8WVWgmuqRB&sig=yobzuPLbvTxBSHWmI5B\\_yP34H-c#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=53DTDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=cultura+LARAIA&ots=8WVWgmuqRB&sig=yobzuPLbvTxBSHWmI5B_yP34H-c#v=onepage&q&f=false). Acesso em: 22 dez. 2022.

MEDRADO DANTAS, Benedito. **O Masculino na Mídia: Repertórios sobre masculinidade na propaganda televisiva brasileira**. 1997. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1997. Disponível em: [https://www.pagu.unicamp.br/pf-pagu/public-files/arquivo/11\\_dantas\\_benedito\\_medrado\\_termo.pdf](https://www.pagu.unicamp.br/pf-pagu/public-files/arquivo/11_dantas_benedito_medrado_termo.pdf). Acesso em: 21 out. 2022.

MOSCOVICI, Serge. Representações sociais: investigações em psicologia social. Tradução: Pedrinho A. Guareschi. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

WANNER, Maria Celeste de Almeida. Representação. In: WANNER, Maria Celeste de Almeida. **Paisagens sógnicas: uma reflexão sobre as artes visuais contemporâneas**. Salvador: EDUFBA, 2010, p. 53-93.

#### ATENÇÃO:

- 1) **NÃO se esqueça de formatar seu arquivo utilizando o este modelo com o cabeçalho do evento.**
- 2) **NÃO esqueça também, reafirmamos, de *deletar* as indicações das normas em cada um dos itens. Assim, ao inserir o título ou o resumo, por exemplo, *delete* as instruções e coloque apenas seu título, resumo, etc...**



**INTERCOM** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Guarapuava/PR – 08 a 10/06/2023

**3) Antes de submeter o arquivo, lembre-se de salvá-lo em formato PDF.**

## (MODELO DA ESTRUTURA DO RESUMO)

### Título em Caixa Alta e Baixa<sup>5</sup>

Raimundo da SILVA<sup>6</sup>

Lucia dos SANTOS<sup>7</sup>

Marcos SOUZA<sup>8</sup>

Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

### RESUMO

Maecenas in scelerisque nisi. In ut convallis ante, ut sodales risus. Ut porta mauris a tortor ultricies cursus. In posuere ante porttitor ipsum faucibus vestibulum. Sed suscipit est ut felis pulvinar sodales. Cras vitae ligula ac turpis malesuada maximus sit amet ut diam. Nullam massa ante, eleifend sed sapien vel, accumsan interdum odio. Aenean vel arcu quis diam euismod efficitur a nec ex.

**PALAVRAS-CHAVE:** cinema; ficção; arte; italiano; comunicação.

### CORPO DO TEXTO

Proin sed tempus nunc. Nullam finibus id urna a vulputate. Praesent a interdum risus, sed auctor eros. Nunc placerat ac arcu vitae placerat. Nullam nibh ante, convallis id imperdiet sit amet, varius quis lectus. Duis viverra urna sit amet lacus placerat, eget pulvinar massa consequat. Vivamus bibendum odio sit amet rutrum gravida. Praesent non ullamcorper quam. Praesent vitae lorem quam. Suspendisse cursus magna tortor, eu consectetur orci cursus sit amet. In ut ante ac mauris faucibus luctus. Nullam fringilla tincidunt blandit. Nam neque nisi, imperdiet laoreet consequat in, tincidunt vitae odio. Praesent vitae sem sit amet augue rhoncus sollicitudin ac ut nisi. Quisque neque dui, pharetra ac tincidunt non, aliquam id neque. Phasellus elit est, laoreet vel ipsum sollicitudin, volutpat hendrerit justo. Morbi elementum magna et mollis faucibus. Aliquam porttitor justo nisi. Quisque in tortor non quam vestibulum placerat.

Aliquam sed magna ac enim lacinia convallis. Vivamus dignissim elit vel justo aliquam finibus. Aliquam aliquam lectus a rutrum auctor. Nam sed gravida augue. Curabitur vitae varius lorem. Quisque accumsan enim quis orci lobortis imperdiet. Maecenas dictum quam pharetra dolor aliquam aliquet. In id egestas eros. Vivamus

---

<sup>5</sup> Trabalho apresentado na **DT 1 – Jornalismo (MUDAR para a DT/IJ que irá enviar)** do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

<sup>6</sup> Mestrando do Curso de Jornalismo da ECA-USP, email: [jpsilva2008@usp.br](mailto:jpsilva2008@usp.br).

<sup>7</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da ECA-USP, email: [maria.santo@gmail.com](mailto:maria.santo@gmail.com)

<sup>8</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da ECA-USP, email: [sousalm@usp.br](mailto:sousalm@usp.br)



ultrices arcu et auctor pulvinar. Vivamus non erat ut lacus tristique ornare nec id velit. Nullam feugiat sollicitudin arcu, a molestie nulla molestie eu. Nullam ut vestibulum ante, luctus luctus nisl.

Proin sed tempus nunc. Nullam finibus id urna a vulputate. Praesent a interdum risus, sed auctor eros. Nunc placerat ac arcu vitae placerat. Nullam nibh ante, convallis id imperdiet sit amet, varius quis lectus. Duis viverra urna sit amet lacus placerat, eget pulvinar massa consequat. Vivamus bibendum odio sit amet rutrum gravida. Praesent non ullamcorper quam. Praesent vitae lorem quam. Suspendisse cursus magna tortor, eu consectetur orci cursus sit amet. In ut ante ac mauris faucibus luctus. Nullam fringilla tincidunt blandit. Nam neque nisi, imperdiet laoreet consequat in, tincidunt vitae odio. Praesent vitae sem sit amet augue rhoncus sollicitudin ac ut nisi. Quisque neque dui, pharetra ac tincidunt non, aliquam id neque. Phasellus elit est, laoreet vel ipsum sollicitudin, volutpat hendrerit justo.

Morbi elementum magna et mollis faucibus. Aliquam porttitor justo nisi. Quisque in tortor non quam vestibulum placerat. Aliquam sed magna ac enim lacinia convallis. Vivamus dignissim elit vel justo aliquam finibus. Aliquam aliquam lectus a rutrum auctor. Nam sed gravida augue. Curabitur vitae varius lorem. Quisque accumsan enim quis orci lobortis imperdiet. Maecenas dictum quam pharetra dolor aliquam aliquet. In id egestas eros. Vivamus ultrices arcu et auctor pulvinar. Vivamus non erat ut lacus tristique ornare nec id velit. Nullam feugiat sollicitudin arcu, a molestie nulla molestie eu. Nullam ut vestibulum ante, luctus luctus nisl.

## REFERÊNCIAS

Exemplo com 01 autor:

GOMES, L. F. **Cinema nacional**: caminhos percorridos. São Paulo: Ed.USP, 2007.

Obs: verificar outros exemplos na norma da ABNT 6023.