

## **Agindo Pelas Brechas: Reflexões Sobre A Representação Feminina de Greta Gerwig no Filme *Barbie*<sup>1</sup>**

Luana Vicentina Pereira Souza<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### **RESUMO**

Criado e dirigido por Greta Gerwig, o filme *Barbie*, lançado em 2023, provocou diferentes repercussões no contexto de sua estreia. Entre as principais discussões, uma delas está relacionada com o embate sobre o produto audiovisual em questão ser, ou não, uma iniciativa voltada para a emancipação feminina. O presente artigo pretende discutir acerca da recepção da direção de Greta Gerwig nesta obra, tomando como metodologia a revisão bibliográfica de autores que versam sobre cinema, representação, história das mulheres, bem como uma breve análise do filme em si.

**PALAVRAS-CHAVE:** Greta Gerwig; Representação; Barbie; Feminismo.

No Brasil, após o lançamento do filme *Barbie*, enquanto personalidades com forte presença online do espectro político de direita alertavam em suas redes sobre os supostos perigos do longa, e como ele visava doutrinar os espectadores com uma narrativa “anti-homem” — como afirmou o ex-deputado estadual de São Paulo, Arthur do Val, em seu canal no *Youtube*<sup>3</sup>, com mais de 2 milhões de inscritos —, figuras públicas consideradas progressistas sublinhavam os artifícios mercadológicos adotados no filme. Tal crítica recaí na instrumentalização do chamado politicamente correto através de um elenco com atrizes e atores negros, asiáticos, gordos e PCD’s, sem, de fato, atingir as estruturas de opressão da sociedade — como escreveu a jornalista Fabiana Moraes em sua coluna no *The Intercept*<sup>4</sup>, premiada agência de notícias com 1 milhão de seguidores no Twitter.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos em Comunicação e suas Interdisciplinaridades, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

<sup>2</sup> Mestranda do PPGCOM PUC-Rio, bolsista CAPES/PROSUC, e-mail: [luanavicentinaps@gmail.com](mailto:luanavicentinaps@gmail.com)

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8AZrvS6drHo>. Acessado em 03/04/2024.

<sup>4</sup> Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2023/07/19/barbie-divirta-se-com-filme-mas-ele-nao-e-empoderador/>. Acessado em 03/04/2024.

Criticado por setores da direita por seguir uma “cartilha feminista”, e por personalidades alinhadas à esquerda por servir ao capitalismo se apropriando de uma causa importante, o trabalho da diretora e roteirista Greta Gerwig divide opiniões, mas, indiscutivelmente, é um sucesso de bilheteria<sup>5</sup>. Como diretora solo, Greta Gerwig dirigiu *Lady Bird: A Hora de Voar* (2017), *Adoráveis Mulheres* (2019) e *Barbie* (2023), todos reconhecidos pelo Oscar para concorrer na categoria de melhor filme em seus respectivos anos de lançamento. Com *Barbie*, ela foi a primeira diretora a arrecadar mais de 1 bilhão de dólares em bilheteria, de acordo com dados do *Exhibitor Relations*<sup>6</sup>.

Um dos diferenciais da narrativa construída por Gerwig neste filme reside em uma estratégia por mesclar questões existencialistas ao contar a história de uma boneca mundialmente conhecida. Na perfeita “Barbielandia”, a “Barbie Estereotipada” começa a se questionar sobre a morte. Loira, magra, branca e na ponta dos pés, um belo dia ela passa a ver sua vida dos sonhos dando sinais de defeito. É então que ela embarca numa aventura no mundo dos humanos, em busca de resgatar a ordem e a harmonia do seu universo cor-de-rosa. Na trama idealizada por Gerwig, a boneca acaba sendo transformada pelo choque de realidade do mundo real, já que ela passa a ser, de fato, objetificada pelos homens. Outro choque apresentado no filme é a percepção, para a Barbie, de que mulheres envelhecem. Ela se emociona ao se deparar com uma senhora de cabelos brancos e muitas rugas, e constata o quanto ela é bonita, mesmo com a falta de jovialidade, e talvez por causa dela. Entre as questões levantadas no filme, algumas podem ser identificadas como parte da obra de autoras reconhecidas como inaugurais na discussão sobre a condição da mulher na sociedade, como Simone de Beauvoir (1960).

Para a filósofa, a fisiologia humana, por si só, é incapaz de criar valores sobre um indivíduo. São as leis, os tabus e a cultura que cercam esse indivíduo que irão definir quem ele é (BEAUVOIR, 1960). Desse modo, Beauvoir propõe uma reflexão sobre o que define o ser mulher. A célebre frase “não se nasce mulher, torna-se”, quando analisada separadamente, pode ser alvo das mais diversas interpretações. Entretanto, quando colocada como lente de toda a obra do *Segundo Sexo*, leva à direção do entendimento de

---

<sup>5</sup> Dados do Box Office Mojo, plataforma do IMDb, mostram que “Barbie” alcançou o valor de US\$1,4 bilhão em bilheterias no ano de 2023: [https://www.boxofficemojo.com/title/tt1517268/?ref =bo\\_se\\_r\\_1](https://www.boxofficemojo.com/title/tt1517268/?ref =bo_se_r_1)

<sup>6</sup> Empresa especializada em dados sobre a indústria audiovisual, que fornece informações pagas para agências de notícias incluindo CNN, CNBC, MSNBC, E!, Fox News, Bloomberg, National Public Radio, Facebook, Yahoo!, entre outros: <https://www.ercboxoffice.com/>

que, pela possibilidade de gestar e dar continuidade à espécie, a mulher foi condicionada a se comportar sempre como secundária em relação ao homem.

Simone de Beauvoir afirma que existe uma ligação entre a posição de subalternidade que a mulher ocupa e a dificuldade que se sobrepõe sobre a fêmea humana em transcender, ou em encontrar um sentido capaz de justificar a vida, porque a tarefa de dar continuidade à espécie se tornou, através das convenções sociais, um impeditivo para isso (BEAUVOIR, 1960). Logo, a possibilidade de inventar novos contextos, por meio da arte, foi comprometida por esses padrões.

Gerda Lerner, historiadora norte-americana, também indica que, ao longo da história, as mulheres foram excluídas da construção do pensamento abstrato, e que o custo social dessa exclusão nunca foi calculado. Para Lerner, as barreiras impostas às mulheres ao exercício de pensar, imaginar e criar podem ser encaradas como uma forma de estupro da mente: “Agora também sabemos que participamos, ainda que contra nossa vontade, do estupro de nossa mente. Mulheres criativas, escritoras e artistas, lutaram de maneira semelhante contra uma realidade distorcida” (LERNER, 2020, p. 281).

A historiadora anuncia que, talvez por causa desse contexto, as obras produzidas por mulheres costumam insurgir contra a tradição cultural masculina, com temas que vão desde críticas às narrativas míticas judaico-cristãs até aos contos de fadas, que resistiram ao longo do tempo com a transmissão de costumes folclóricos (LERNER, 2020). Além do envelhecimento, objetificação e assédio, pode-se afirmar que a obra de Gerwig ainda aborda, com humor, temas como maternidade, disparidade entre os sexos nas corporações, sobrecarga feminina e, principalmente, a busca feminina por humanização. No fim, a Barbie Estereotipada decide viver como humana. Deixar de ser apenas uma ideia, e se tornar real. Ser capaz de ter ideias e criar, no lugar de ser, ela mesma, a criatura.

Uma das fundadoras da abordagem feminista na crítica cinematográfica, a teórica Ann Kaplan argumenta que “o modo pelo qual a mulher é imaginada nos dramas convencionais de Hollywood emerge do inconsciente patriarcal masculino. São medos e fantasias do homem sobre a mulher que achamos nos filmes, não perspectivas e inquietações femininas” (LOPES, 2002, p. 212). De acordo com ela, os filmes comerciais são pautados em uma hierarquia que faz com que o discurso dos homens seja mais valorizado, em detrimento dos discursos femininos. Nesse sentido, uma obra como *Barbie*, que aborda temas como o desejo da mulher pela criação de pensamento abstrato,

pressões estéticas, maternidade, envelhecimento, assédio, a presença das mulheres em espaços de poder e tantos outros, se mostra, ao menos, como um esforço notável na busca por novas histórias e, mais do que isso, novas formas de *contar* histórias.

Porém, ainda que significativas para a construção e mudança de imaginários, novas formas de representação, sozinhas, na indústria cultural<sup>7</sup>, não são capazes de mudar o mundo. Como num movimento de reflexividade, as representações estão diretamente ligadas a seus contextos históricos e sociais. Na mesma medida em que são afetados pelas imagens e narrativas que recebem, os espectadores produzem significados a partir delas, como aponta Vera Regina Veiga França, ao abordar os conceitos de Codificação e Decodificação, cunhados por Stuart Hall:

O Homem comum, ordinário, é um ‘construtor de jardins’; um ‘caçador fora da estação autorizada de caça’, que se apropria — torna próprios — os objetos que consome. O consumo tem uma natureza de produção; ao assimilar um produto, nós não somos exatamente tomados por ele, mas o tornamos semelhantes a nós mesmos. Portanto, o consumo é produção — produção de sentido. E as mediações dizem respeito a esse trabalho de consumir, assimilar, dar nossa feição aos produtos, às representações e imagens que nos são disponibilizadas. Um trabalho não é individual, mas coletivo — vivido socialmente. (FRANÇA, 2004, p. 21)

Um tópico crucial para o entendimento da História das Mulheres, segundo a historiadora francesa Michelle Perrot, é a noção de que elas, em muitos momentos, agiram “nas brechas”. Impossibilitadas de mudar radicalmente o contexto em que estavam imersas, as mulheres iam se inserindo nas brechas, cavando oportunidades, e promovendo pequenas revoluções. Isso pode ser observado, por exemplo, na história da imprensa, que, como mostra a pesquisadora, teve papel importante na prescrição da pedagogia do que é ser mulher, mas também teve o papel de possibilitar que as mulheres “atuassem nas brechas” através da escrita:

A história não tende ou para a desgraça das mulheres ou para sua felicidade. As mulheres são atrizes da história: espero tê-lo sugerido e mostrado, recusando qualquer perspectiva maniqueísta dos sexos em branco e preto. As mulheres nem sempre são oprimidas, e pode acontecer de exercer um poder, e até uma opressão. Elas não têm sempre razão. Pode acontecer de serem felizes, e apaixonadas. Escrever sua história não é um meio de reparação, mas desejo de compreensão, de inteligibilidade global. (PERROT, 2007, p. 166)

---

<sup>7</sup> O conceito de indústria cultural foi criado por Theodor Adorno e Marx Horkheimer no livro “Dialética do esclarecimento”. Eles abandonam o termo “cultura de massa” já que discordam da interpretação positiva, feita por alguns teóricos, baseada na ideia de que a cultura teria surgido das massas e da democratização, como uma cultura do povo. Desta forma, para eles, o conceito de “cultura de massa” não é adequado para se referir ao conjunto de mensagens transmitidas pelos meios de comunicação.

O que de tão revolucionário Gerwig poderia fazer, em Hollywood, que não fosse uma atuação pelas brechas? Produto da cultura pop, altamente vendável e com ótimos ganchos de marketing, o filme também é fruto de uma encomenda da Mattel, uma das maiores empresas de brinquedo do mundo, que, seguindo os passos da Marvel, aspira se reinventar e passar de uma fábrica de brinquedos para uma fábrica de propriedades intelectuais.

Levando isso em conta, a obra de Gerwig pode não atender plenamente aos anseios feministas, por se tratar de uma produção com fins primordialmente lucrativos, nem pode ser nociva aos homens, como afirmaram as figuras mais conservadoras. No entanto, ela pode servir como um pertinente ponto de partida para análise do contexto contemporâneo envolvendo as mulheres no Ocidente. A própria boneca Barbie, em si, funciona como um símbolo que se pretende transgeracional. Apesar de a boneca Barbie não fazer parte da realidade de todas as meninas do mundo, a mensagem sobre papéis sexuais pode ser consumida, globalmente, por qualquer pessoa que seja impactada pelas campanhas da Mattel:

Nem todas as crianças podem comprar os produtos que a publicidade da boneca se esforça para vender, mas qualquer pessoa consome os signos de gênero e sexualidade apresentados pela *marca Barbie*, que, vertiginosamente, produz certas formas de pensar, de agir, de estar e se relacionar com o mundo. (ROVERI, 2012, p. 22)

Ao refletir sobre de que modo Gerwig teria conseguido agir pelas brechas através de seu mais recente filme, cabe pensar, também, sobre como ela teria obtido êxito ao usar uma oportunidade comercial para fazer arte — dividindo opiniões, como mostrado neste texto, provocando sensações e levantando debates. O antropólogo James C. Scott, interessado pelas formas de resistência à opressão dos grupos subalternizados, propõe uma tese que se assenta na noção da existência de um discurso escondido entre os dominados, contraposto em tudo ao seu discurso público. Scott argumenta que as aparentes formas de aceitação da subordinação são, na verdade, estratégias de sobrevivência e simulação com o objetivo de ocultar a revolta dos “de baixo”, enquanto eles compartilham de um discurso oculto entre iguais e alimentam subculturas dissidentes.

De acordo com Scott, embora esse discurso oculto possa ser confundido com uma forma de resistência passiva, por causa de seu caráter clandestino, ele alimenta um viveiro

de resistência ativa, que guarda um potencial de revolta e se torna eficaz em circunstâncias propícias à sua expressão pública. Nesse sentido, segundo Scott, o discurso oculto não é e nem pode ser o discurso final, mas sim um estágio fundamental e estratégico para que se chegue numa revolta explícita. Sem a pretensão de afirmar que uma das formas de atuar pelas brechas, incorporada por Greta, tenha sido através de um discurso oculto, não se pode deixar, no entanto, de ressaltar como ela conseguiu fazer chegar no grande público uma série de questões complexas, como a posição feminina naturalizada na sociedade, através de um filme cômico, cheio de números musicais e estrelado por galãs e mocinhas do meio cinematográfico.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas**. P. 169 a 214. In: LIMA, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

**BARBIE**; Direção: Greta Gerwig. Produção: Mattel, LuckyChap Entertainment, Mattel Films, Heyday Films, NB/GG Pictures. Estados Unidos: Warner Bros. Pictures, 2023. MAX (1h 54m).

BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: fatos e mitos**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1960a.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. **Representações, mediações e práticas comunicativas**. Comunicação, representação e práticas sociais. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, p. 13-26, 2004.

LERNER, Gerda. **A criação do patriarcado: história da opressão das mulheres pelos homens**. Editora Cultrix, 2020.

LOPES, Denise. **A mulher no cinema segundo Ann Kaplan**. Revista Contracampo, n. 07, 2002.

MAMAEFALEI. **Assisti Barbie! - Esse Filme Vai ACABAR Com Os Homens!** YouTube, 24 de julho de 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8AZrvS6drHo>.

MORAES, Fabiana. **Divirta-se com o filme da Barbie, mas não se engane: ele não tem nada de empoderador**. The Intercept, 9 de julho de 2023. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2023/07/19/barbie-divirta-se-com-filme-mas-ele-nao-e-empoderador/>

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. Contexto, 2007.

ROVERI, Fernanda. **Barbie na educação de meninas: do rosa ao choque**. Annablume, 2012.

SCOTT, James C. **A dominação e a arte da resistência: discursos ocultos**. Lisboa/Fortaleza: Livraria Letra Livre/Plebeu Gabinete de Leitura, 2013.