

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE AUDIOVISUAIS E PUBLICIDADE**

ANTONIO AURIVANIO DE OLIVEIRA RIBEIRO

**PREVIEW DE MASCULINIDADES:
Representações do gênero nos trailers hollywoodianos**

**BRASÍLIA-DF
2023**

ANTONIO AURIVANIO DE OLIVEIRA RIBEIRO

**PREVIEW DE MASCULINIDADES:
Representações do gênero nos trailers hollywoodianos**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para a Obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Audiovisual.

Orientadora: Prof. Dr. Gabriel Perrone

**BRASÍLIA-DF
2023**

ANTONIO AURIVANIO DE OLIVEIRA RIBEIRO

Projeto aprovado em ____/____/____ para obtenção do grau de Bacharel em
Comunicação Social com habilitação em Audiovisual.

BANCA EXAMINADORA

Orientador Prof. Dr. Gabriel Perrone Vianna

Profa. Dra. Carina Luisa Ochi Flexor

Prof. Dr. Leandro de Bessa Oliveira

Suplente Profa. Dra. Mariana Souto de Melo Silva

BRASÍLIA-DF

2023

RESUMO

Diferente do que muitos pensam, a experiência cinematográfica não começa quando as luzes se apagam e as imagens são postas na tela. Na verdade, ela começa muito antes, um grande trabalho já foi feito para garantir a presença das pessoas naquela sala de cinema. O foco desta pesquisa é compreender o sistema de trailers hollywoodianos e suas funcionalidades, assim questionar como o mesmo atua na construção de significados na construção de gênero. Para isso, foram escolhidos 3 trailers dos seguintes filmes: *O resgate do soldado ryan* (*Saving private ryan*, Steven Spielberg 1998); *Top gun: Maverick* (*Top gun: Maverick*, Joseph Kosinski, 2022), e por fim; *Interestelar* (*Interstellar*, Christopher Nolan, 2014). Abordo mediante desta pesquisa, uma forma de se observar distintas masculinidades através de narrativas cinematográficas presentes nos trailers. Assim como, analisar estruturas cinematográficas, e por meio dos estudos de gênero, identificar arquétipos e estereótipos na construção de personagens existentes nos trailers. Sendo possível explorar questões ligadas a paternidade, especular o sentido de coletividade, motivação e superação.

Palavras-chave: Masculinidades. Cinema. Trailers. Gênero. Narrativa cinematográfica.

ABSTRACT

Contrary to what many people think, the cinematic experience does not begin when the lights go out and the images are projected onto the screen. In fact, it starts much earlier; a considerable amount of work has already been done to ensure the audience's presence in the movie theater. The focus of this research is to understand the Hollywood trailer system and its functionalities, questioning how it contributes to the construction of meanings and gender roles. To achieve this, three trailers were selected from the following films: "Saving Private Ryan" (Steven Spielberg, 1998), "Top Gun: Maverick" (Joseph Kosinski, 2022), and finally, "Interstellar" (Christopher Nolan, 2014). Through this research, I explore a method of examining different masculinities portrayed in cinematic narratives within the trailers. Additionally, I analyze cinematic structures and, through gender studies, identify archetypes and stereotypes in the construction of characters existing in the trailers. This allows for the exploration of issues related to fatherhood, speculating on the sense of collectivity, motivation, and overcoming challenges.

Keywords: Masculinities. Movie theater. Trailers. Gender. Cinematic narrative.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
2	JUSTIFICATIVA	9
3	METODOLOGIA	11
4	O FEMINISMO E A ORIGEM DOS ESTUDOS DE MASCULINIDADES	13
	4.1 Mito das masculinidades	16
	4.2 Masculinidade hegemônica	22
	4.3 Masculinidade em crise	25
5	TRAILER	29
	5.1 Tipos de trailer	32
	5.2 Narrativa do trailer	32
	5.3 Estética do capital	34
	5.4 Análise do trailer	36
	<i>5.4.1 O resgate do soldado Ryan</i>	38
	<i>5.4.2 Interestelar</i>	41
	<i>5.4.3 Top Gun: Maverick</i>	43
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
7	REFERÊNCIAS	48

1 INTRODUÇÃO

O tema do presente trabalho aborda, acima de tudo, as construções de masculinidades. A sociedade contemporânea demanda estudos mais estruturados sobre assunto, visando o bem estar social, a diminuição da violência, assim como, cobranças igualitárias nos deveres entre homens e mulheres. A discussão sobre masculinidade teve seus primeiros passos nos anos 60. Nos anos 90, apresentou uma maior concentração de estudiosos sobre o assunto e, hoje, se encontra mais emergente do que nunca.

A urgência de se tratar essa questão vem muito do avanço tecnológico e os meios de informação pelos quais somos bombardeados diariamente. Por grande parte dele se tratar de conteúdo audiovisual, evidencia-se uma oportunidade de investigar quais tipos de reconfigurações de informação os espectadores estão recebendo. O cinema hollywoodiano moldou sua era de ouro na perspectiva de seus ídolos e mitos que transformaram gerações e construíram culturas. Não se percebe aqui, uma diferença muito significativa nos dias atuais. Ao contrário, é possível constatar que tais conteúdos se encontram cada vez mais acessíveis, os ídolos estão cada vez mais próximos e instigam maior apuração.

Para desenvolver melhor essa observação, na tentativa de trazer o tema mais próximo ao audiovisual, se estabelece o seguinte questionamento: quais representações de masculinidades são evidentes nos trailers de filmes hollywoodianos? Considerando o papel do cinema como um grande gerador de significados, em especial, as pequenas pílulas comerciais, os famosos trailers, quais maneiras essas masculinidades se expressam em tais produtos? Para responder a essa pergunta, objetiva-se investigar características das representações masculinas por meio dos estudos de gênero, entrelaçando os dois universos: o cinematográfico e o das masculinidades. Pelo decorrer do processo, o estudo tem a intenção de compreender a construção tanto das masculinidades quanto dos trailers e abordar temas relacionados às narrativas cinematográficas na busca por entender melhor a contribuição dos estudos de gênero para essa pesquisa.

Motivado a isso, a presente pesquisa tem como objetivo, por meio dos estudos de gênero, compreender melhor as complexidades de construção e observar as características de masculinidades presentes em trailers de filmes hollywoodianos. Me

dediquei por meio de uma pesquisa qualitativa a analisar as interações entre masculinidades e cinema, classificar os processos de construção de narrativas por intermédio dos estudos de gênero.

Para que fosse possível alcançar todos esses objetivos, foi necessário encontrar um meio de análise para a compreensão das maneiras em que o público estabelece seus gostos. Delimitando algo como pertencente às massas e, através das escolhas individuais e coletivas, é possível identificar a quais tipos de masculinidades estão sendo expostas. Por meio de blogs e sites da internet, onde o ambiente aparenta ser mais democrático à escolha do público, procurou-se algum tipo de listagem que desenhasse melhor o gosto da plateia. O site *Rotten Tomatoes* se apresentou pertinente para o papel, não apenas por desenvolver uma votação popular, mas também por mapear os melhores filmes dos últimos tempo através das escolhas populares. A partir dessa lista, foi possível selecionar trailers e desenvolver melhor o processo de análise.

Os estudos bibliográficos centram-se na compreensão de aspectos da construção de gênero e também fornecem informações valiosas sobre a masculinidade ao longo do processo de compreensão feminista. Busca-se nos primeiros capítulos enfatizar essa importância, assim como, destrinchar aspectos das masculinidades. Além disso, este estudo também trata do processo de construção de narrativas cinematográficas e visa proporcionar uma compreensão mais profunda dos sistemas de significado derivados dos filmes.

2 JUSTIFICATIVA

A motivação por trás dessa pesquisa vem do longa-metragem chamado *The mask you live in* um documentário dirigido e produzido por Jennifer Siebel Newson, no ano de 2015. Esse filme em forma de documentário tem como objetivo compreender a construção de várias masculinidades presentes no território norte-americano. Como apresentado no longa, a construção é caracterizada por uma espécie de árvore genealógica, atitudes e situações são reproduzidas através dos anos como uma herança passada principalmente de uma figura masculina a outra. A cineasta também se atenta à subjetividade de todos os envolvidos, mapeando cada vez mais identidades de acordo com as raças, classe social e crenças.

Após experienciar o que foi discutido nessa obra, me tornei mais crítico em relação aos tipos de conteúdo que consumimos diariamente. Personagens masculinos são construídos em diversas áreas, cada uma delas apresentando algum tipo de subjetividade. A partir desse pensamento, me atentei a identificar através de quais outras mídias essas heranças poderiam ser disseminadas em nossa sociedade.

O cinema hollywoodiano por carregar o posto de segunda maior indústria cinematográfica do mundo e por ser um dos maiores influenciadores das culturas ocidentais, me gerou inquietações sobre as formas de masculinidades produzidas não apenas nos filmes, mas, sobretudo, nos trailers. A força do cinema hollywoodiano em todo o globo provoca uma discussão ainda maior sobre os filmes nas grandes massas. Websites e blogs são recheados de conteúdos diariamente sobre lançamentos semanais e críticas sobre os longas do momento. Para minha sorte, um dos sites mais famosos em críticas de cinema, o *Rotten Tomatoes*¹, em comemoração ao seu 25 aniversário, pediu ao público para que votassem nos melhores filmes nos últimos 25 anos. Não pude deixar de notar características pertinentes relacionada às masculinidades nos filmes ranqueados.

Ao observar todos os filmes, notei que toda a lista é composta por 84% dos filmes protagonizados por personagens masculinos e apenas 14% restante dos outros filmes carregam uma personagem feminina como principal ou dividindo um protagonismo igualitário com o personagem masculino. Quando o debate é sobre as masculinidades, a própria representação está ligada a diversos fatores como

¹Fundado em 1996, Rotten Tomatoes é um website norte americano especializado em críticas de cinema e televisão.

costumes, religião e principalmente ao patriarcado (Zanello, 2018). O conceito de masculinidade também foi aplicado em diversos estudos para retratar diferentes realidades em nossa sociedade, essas pesquisas se estenderam para áreas relacionados a educação, criminalidade, ambiente profissional, sexualidade e também ao homem midiático e às seleções de imagens para a construção de masculinidades (Connel, 2013).

Sendo assim, as masculinidades normalmente são representadas como os heróis de seu próprio universo, sempre dispostos a um sacrifício inquestionável, seja na luta diária do trabalho, melhor dizendo, em meio do cotidiano como figura central de uma grande família. Em consequência, homens têm sido reeducados midiaticamente por padrões estéticos criados ao longo dos anos.

3 METODOLOGIA

O cinema tem o poder de gerar significados que constroem e refletem narrativas da nossa sociedade. O poder empático de um filme pode mudar vidas e transformar pessoas, inspirando-as e criando cada vez mais histórias para o nosso universo, resultando em uma infinidade de questões a serem discutidas.

Em um diálogo retirada do documentário *Life Itself* (2018) sobre a vida do crítico Roger Ebert. A cena expõe uma declaração do crítico ao mundo que enuncia: “O propósito da civilização e do crescimento é ser capaz de alcançar e ter um pouco de empatia com outras pessoas.” Para o crítico, o cinema tinha o poder de transformar as pessoas, através dele somos capazes de compreender o sentimento e o significado do outro de uma forma coletiva. Ainda segundo o crítico: “Os filmes são como máquinas que geram empatia. Permitem que você compreenda um pouco mais sobre esperanças, aspirações, sonhos e medos diferentes dos seus.”. Tendo isso em mente, todo esse privilégio que o mundo audiovisual domina, carrega uma enorme responsabilidade. Ao construir, a partir dele, o próprio universo, somos responsáveis por criar diversas personalidades e subjetividades.

Diante das narrativas ricas e o impacto transformador que o cinema tem na sociedade, atentei-me a refletir sobre a representação do gênero masculino neste mundo audiovisual. A partir desse ponto, pensando no cinema como construtor de histórias e subjetividades, deparei-me com vários questionamentos e fiz a seguinte pergunta norteadora: quais representações de masculinidades são evidentes nos trailers de filmes hollywoodianos dos últimos anos?

O trailer, por operar através de elementos cinematográficos, como construção do roteiro, fotografia, técnica de edição e efeitos sonoros. Trabalho com a hipótese de que o trailer hollywoodiano pode ser aplicado na formulação de múltiplas masculinidades, assim como, pode ser um veículo de construção de estereótipos de personagens masculinos. Do mesmo modo que, me proponho a investigar de quais linguagens cinematográficas o trailer se apropria para expressar diversas masculinidades.

Antes de adentrarmos a pesquisa, venho expor quais foram os trailers escolhidos. Dentre a lista dos 25 filmes, decidi dar prioridade aqueles quais não tenho visto ainda. Acredito que por não saber como esses personagens se desenvolvem

através do longa, seja uma proposta ainda mais interessante saber como se comportam em sua primeira aparição para o público.

Dentre todos os filmes expostos pelo site *Rotten Tomatoes*, os escolhidos para o estudo foram: O Resgate do Soldado Ryan (*Saving Private Ryan*, Steven Spielberg 1998); *Top Gun: Maverick* (*Top Gun: Maverick*, Joseph Kosinski, 2022), e por último; *Interestelar* (*Interstellar*, Christopher Nolan, 2014).

É difícil não trazer à tona a discussão do número de personagens femininas que protagonizam os 25 filmes da lista. Assim como é quase inevitável a reflexão sobre um outro perfil que não esteja ligado a masculinidade liderando projetos de direção de todos os 25 longas. No caso da lista proposta, apenas *Matrix* (*Matrix* 1999) dirigido pelas irmãs Lilly Wachowski e Lana Wachowski², se encontram fora desse padrão.

Tendo como procedimento a pesquisa bibliográfica, busco compreender melhor as construções de gêneros já exploradas pelos estudos feministas abordados por autores como Michael Kimiel (1998; 2011) e Robert W. Connel (2000; 2013). Através desses estudos, consigo explorar as discussões que deram início aos termos de masculinidades. Desenvolvendo melhor a ideia do que seria uma masculinidade hegemônica, Valeska Zanello (2018), J. J. Bola (2020) e Sócrates Alvares Nolasco (2009) exploram os conceitos em torno da construção do gênero masculino, assim como o levantamento dos mitos, a natureza que corrobora com sistema masculino hegemônico em diversas culturas, desvendando assim, classes, cores, credos e qualidades socioeconômicas que os cercam,

Por meio de estudos em análise fílmica, aprofundo a pesquisa as características de trailers. Através de pesquisas concluídas por Claudia Melissa (2014), compreendi aspectos valiosos sobre a construção de trailers, enquanto Márcio Carneiro (2010) proporciona análise crítica sobre o material promocional e Lisa Kernan (2004), por sua vez, fornece uma perspectiva histórica, de reconfiguração dos trailers, e as estratégias utilizadas para sua modernização através do tempo.

Dessa forma, procuro propor uma maior familiaridade com o problema, com o objetivo de torná-lo mais explícito na construção de hipóteses com base no aprimoramento de ideias, teorias e conceitos analisados e apresentados nesta pesquisa.

² Lilly Wachowski e Lana Wachowski, duas irmãs cineastas transgênero mais conhecidas como The Wachowski. Diretoras, produtoras e roteiristas norte americanas, responsáveis pela trilogia de *Matrix*

4 O FEMINISMO E A ORIGEM DOS ESTUDOS DE MASCULINIDADES

Por volta dos anos 60/70 surgiram os primeiros estudos sobre masculinidades dentro do berço da segunda onda do feminismo, onde também surgiram as críticas sobre os papéis sociais relacionados ao gênero exigidos pela sociedade. Uma das questões nessa época ainda era o pensamento feminista englobando o feminino e o masculino de uma forma um pouco mais singular, sem levar em consideração as diversas subjetividades que cada um poderia exercer. Apenas depois do fortalecimento dos movimentos gay, lésbico e negro, surgiu o questionamento sobre quais homens e quais mulheres estavam sendo discutidos (Souza, 2009).

Abordando temas como sexualidade, homossexualidade e homofobia, os estudos de masculinidades através dos estudos feministas trouxeram uma profunda análise sobre a reprodução de práticas da heterossexualidade compulsória. Em outras palavras, a ideia de que indivíduos considerados homens devem por natureza desejar mulheres, e vice-versa. Reforçando o pensamento de como homens e mulheres contribuem para a estruturação desse conceito. As noções de gêneros permitiram então a discussão de visualizar melhor o outro, no caso, abrindo o leque da visão dos homens sobre a condição das mulheres em sociedade, tanto nas micro quanto nas macrorrelações (Adriao, 2005).

Movimentos estudantis como o de maio de 1968 também contribuíram para que as pautas feministas estivessem em destaque. A “crise” de masculinidade foi questionada e, desde então, várias problemáticas foram lançadas sobre o olhar masculino e a heterossexualidade compulsória. A mulher agora não era uma figura tão benevolente, o avanço dos movimentos feministas trouxe às mulheres uma autonomia maior na vida profissional e social (Zanello, 2018).

Os estudos sobre masculinidades seguem duas vertentes. Uma delas, com base nos estudos feministas, interpretam as questões de gênero com um eixo analítico que marca as masculinidades por hierarquia opressora sobre as mulheres através de múltiplas perspectivas. Existem também aqueles estudos que se destacam por serem mais “autônomos”, sem uma linha de pensamento ligada ao feminismo, mas pensam em masculinidades como algo dentro de si mesmo, como estudos analíticos sustentados pela psicologia junguiana³. Esses estudos buscam recuperar padrões de

³ Também conhecida como psicologia analítica e psicológica complexa. Estudo que enfatiza a importância do inconsciente, dos arquétipos e dos processos de individualização.

comportamentos masculinos através da história (Zanello 2018, apud Arilha; Unbehau; Medrado, 2001; Kufman, 1999).

Ao compreender a importância dos estudos de masculinidades atrelados aos estudos feministas, Kimmel (2011) nos apresenta uma sequência de itens que foram significativos para compreender a masculinidade.

- O gênero carrega uma grande importância: antes das origens de pesquisas feministas, o gênero era invisível. As mulheres eram excluídas e os homens eram todo o universo. As mulheres eram tendenciosas; e os homens eram objetivos. Ao se tornarem visíveis, as mulheres também fizeram o gênero ser visível, e tornando assim, visível o privilégio que os homens tinham diante da objetividade.
- O gênero é diverso; assim como as mulheres o tornaram visível, elas também trouxeram junto a ele uma série de subjetividades. Nem todo gênero é igual, ou seja, toda figura masculina e figura feminina é diferente dependendo em qual contexto estão inseridos. Aspectos como raça, classe social, sexualidade, idade e religião, reconfiguram como cada homem e cada mulher entende sua própria subjetividade. Motivados por essa ideia, seria mais sensato utilizar o termo de “masculinidades” (Kimmel, 2011, p.11)
- O gênero tem a ver com o poder; apenas por conseguirmos identificá-lo de uma maneira diversificada, não significa que o mesmo esteja livre de traços hierárquicos. O gênero reflete com o poder que os homens, como um grupo, carregam sobre mulheres, também como um grupo, sendo esse domínio não limitado apenas às mulheres, também podendo ser exercido sobre outro grupo de homens. Através disso, todos os eixos de privilégios moldados a esse tipo de desigualdade atrapalham para que se chegue em uma igualdade nas posições entre homens e mulheres.
- O feminismo é também sobre os homens: por se tratar de conteúdos intelectuais desenvolvidos por mulheres, visivelmente todas as vertentes dialogam melhor com mulheres. Mas ao assumir que os estudos de masculinidades surgiram a partir de estudos feministas, é difícil alegar que os mesmos estudos contribuem pouco para os estudos de masculinidades.

Foi a partir terceira onda feminista no final da década de 80 e no início dos anos 90, que os estudos sobre masculinidades ganharam mais força. Uma das principais autoras foi Robert. W. Connel (1995) ao explicitar um de seus principais pensamentos sobre o tema, trazendo a ideia de que existe uma variedade de masculinidades, que levam a diferentes inserções no ambiente econômico, político, social e cultural. Ainda para a autora, as masculinidades se destacam nas práticas, ou seja, são performáticas e incorporadas:

A masculinidade é uma configuração de prática em torno da posição dos homens na estrutura de relações de gênero. Existe, normalmente, mais de uma configuração desse tipo em qualquer ordem de gênero de uma sociedade. Em reconhecimento desse fato, tem-se tornado comum falar de “masculinidades” (Connel, 1995, p.188).

No Brasil, os estudos sobre masculinidades também tiveram grande destaque nos anos 90, se iniciando por meio de dissertações de mestrado no Sul e na região Sudoeste no país, tendo o foco maior na antropologia e na psicologia social. As pesquisas tinham como centro tratar a subjetividade do homem moderno, jovem, de meia idade, analisando as relações do ambiente profissional, relações de afeto com o outro e também com o próprio corpo, além de investigar assuntos sobre reprodução e sexualidade. Contudo, os mesmos estudos eram responsáveis por explorar angústias de homens conectados com suas realidades, as subjetividades eram comandadas por um mundo de normas feitas por homens, muitas vezes ligadas ao patriarcado, tornando as relações com figuras femininas cada vez mais rasas assim como o conhecimento sobre questões feministas (Adriao, 2005).

Margareth Anilha (1988) nos trouxe uma outra perspectiva de masculinidade. Ao estudar sobre paternidade na adolescência, ela observou como essas normas eram capazes de se reconfigurar através das esferas sociais ao, por exemplo, perceber que muitos jovens se sentiam “transformados” por adquirirem um valor de provedor diante a sociedade, se sentido aceitos e validados. Roselin Buffon (1992), trabalhou com etnografia de homens sensíveis, caracterizado por homens na média dos 30 anos, em sua grande maioria solteiros, que tinham como excelência as atividades domésticas, por serem ótimos cozinheiros, terem ótimas casas. Ao transformarem isso em uma virtude, os homens conseguem atrelar significados de poder e prestígio diante dessas características.

Nesse contexto, os estudos feministas se tornaram uma ferramenta de suma importância. Ao delimitar os estudos de gênero, contemplam questões tanto femininas quanto masculinas. Pesquisas evidenciam inquietações sociais envolvendo questões de gênero. Por meio delas, agora podemos compreender e analisar mediante a perspectiva feminista, construções de normas sociais, que influenciam responsabilidades, deveres e trabalho. É

possível observar, por exemplo, quais tipo de masculinidades e feminilidades estamos falando, e em quais meios sociais elas estão inseridas.

4.1 Mito das masculinidades

Segundo Ana Vicentini de Azevedo (2004), para a psicanálise, os mitos nada mais são do que uma linguagem que se funde a similaridades de opostos, as quais estórias perambulam através do tempo em locais variados, relativas à origem, ao sujeito, ao mundo e ao sujeito no mundo. Para a autora, os mitos não devem ser modelos definitivos de questões históricas e culturais que surgem na linguagem do ser humano e constroem suas subjetividades.

O mito é dotado de uma lógica própria, uma forma de se fazer filosófico, Souza (2009) acrescenta o que Lacan define como mito:

Uma organização do imaginário, que, por meio da palavra, tenta exprimir a verdade, não podendo, contudo, apreendê-la toda e, assim, constrói um discurso imaginário sobre a mesma, que é o próprio mito. O mito, portanto, seria uma expressão imaginária das relações fundamentais características do modo de ser humano em uma determinada época. Ele é um legado cultural e social, mas que se inscreve individualmente e contempla, ao mesmo tempo, um aspecto coletivo e singular, pondo em destaque os paradoxos da subjetividade situada e construída na fronteira entre o eu e outro (Lacan *apud*. Souza, 2009, p. 199)

Partindo desse ponto, Sócrates Nolasco (1993) nos apresenta um modelo de mito de masculinidade baseada nas figuras heroicas e míticas, que representam os valores de masculinidades julgadas em determinada cultura. Em cada época, se cria um novo conceito de tipo de homem, baseado nas crenças e nos mitos articulados com o pensamento coletivo de um período específico. Como por exemplo, na Grécia antiga, os conceitos de masculinidades que cercavam os personagens Aquiles, Ulisses, Hércules, entre outros, cujas características eram expostas através da coragem, força, astúcia, inteligência e o poder, omitindo assim, o medo, a raiva e inveja.

Segundo Souza e Carneiro (2014), também é possível observar na Teogonia de Hesíodo⁴, o poder masculino como o papel fecundante. É apresentado no poema como algo extremamente importante na criação do universo

⁴ Hesíodo foi um poeta grego que viveu no século 8 a.C. Sua obra de mais destaque é a Teogonia. O livro nos conta o nascimento do mundo a partir dos deuses, assim como relatos de seus amores e lutas.

Num universo ainda informe, prevalece a força fecundante do Céu, que, ávido de amor e com inesgotável desejo de cópula, frequenta como macho a Terra de amplo seio. Nesta fase original, o Céu desempenha as mesmas funções que, enquanto Céu, sempre terá: 1) cobrir toda Terra ao redor, e 2) ser para os deuses venturosos assento sempre seguro (cf. vv. 127-8). Cobrir a Terra e fecundá-la hierogamicamente através da chuva-sêmem: ser o assento dos Deuses é dar-lhes origem e fundamento, fundar-lhes a existência (Torrano, 1995. p.43).

Um ativo importante para a sustentação do mito da masculinidade, é o patriarcado. De acordo com Aguiar (2000), o patriarcado tem um papel predominante ao desrespeitar a situação das mulheres enquanto indivíduos sociais. O conceito de patriarcado tem sido usado nas literaturas femininas para representar o poder que os homens exercem sobre as mulheres, através das esferas econômicas, políticas, familiares e religiosas. Sendo assim, as mulheres são subordinadas aos homens em um sistema patriarcal.

Com a “ajuda” de correntes naturalistas foi determinado que homens e mulheres teriam anatomias distintas e por isso carregam com si responsabilidades diferentes e status distintos na sociedade (Corbin, 2013). Se antigamente a diferença entre homens e mulheres se baseava apenas na teoria do sexo único, onde entre homens e mulheres haveria apenas uma diferença de grau, sendo as mulheres consideradas como homens menores (Laqueur, 2001), agora a posição hierárquica é muito bem definida: o homem passou a ser superior em relação as mulheres por serem completamente diferentes.

O século XVIII foi um momento importante no qual se promoveu uma reconfiguração do ser homem e o ser mulher, O capitalismo teve uma atuação crucial para a divisão de papéis que iriam se espalhar por boa parte da sociedade. O sistema econômico não apenas impulsionou uma ideologia hierárquica no âmbito profissional e social, mas também no espaço religioso. A igreja impulsionava essa mesma hierarquia na esfera sentimental dentro do relacionamento de duas pessoas de gênero oposto (Zanello, 2018).

De acordo com J. J. Bola (2020), o patriarcado ficou cada vez mais evidente conforme essas práticas foram tomando mais destaque na sociedade. Trata-se de uma ideologia e uma estrutura hierárquica que beneficia os homens em todos os cenários. O patriarcado tem sido capaz de ditar os papéis que homens e mulheres devem acatar. Ainda que, as discussões feministas estejam ganhando cada vez mais espaço, o sistema patriarcal está sempre presente, mas não falamos sobre ele, não conversamos sobre isso com os nossos amigos e nem familiares, não ouvimos nas

escolas e escutamos muito pouco em universidades. É algo que afeta a vida em sociedade como um todo, sendo capaz de apagar nossas subjetividades, e as escolhas que podemos tomar. “Toda essa ordenação tem repercussão significativa na maneira como a masculinidade é vista dentro da sociedade, e como os homens e as mulheres interagem entre si” (Bola. 2020, p. 13).

O patriarcado e o mito das masculinidades se corroboram. O patriarcado é um forte condutor para a manutenção dos pensamentos de masculinidades e para os ideais apresentados nos rituais construídos. Para desvendarmos melhor o que pregam tais mitos, temos que entender que, assim como qualquer mito, é importante enfatizar que esse é um sistema enganoso.

As masculinidades se baseiam em um compilado de estórias reconfiguradas através do tempo, criado e moldado pelo imaginário masculino. Ao tentar traça-las com o mundo real, as estórias se tornam algo inalcançável para muitos homens, e assim, desenvolvendo situações cada vez mais complexas de resolver.

A ressalva, é claro, precisa ser feita: quando falamos sobre sociedades patriarcais, precisamos focar nossa observação primária nas maneiras pelas quais as mulheres são oprimidas como consequência do sistema. No entanto, a noção de que os homens se beneficiam dele, em todos os aspectos das suas vidas, é traiçoeira. Pois existem claras evidências de que os homens estão sofrendo, e estamos quase chegando ao ponto de uma epidemia: a masculinidade tóxica prospera em um círculo vicioso no qual os homens contribuem para a repressão ao mesmo tempo em que sofrem com ela (Bola, 2020, p. 32).

Um das grandes problemáticas diante desse imaginário, é a crença na repreensão dos sentimentos. É pregado desde cedo que os homens têm que ser fortes e aprender a lidar com os nossos problemas sozinhos, não somos ensinados a confiar em ninguém ou a qualquer sentimento de “fraqueza”. Tudo é repudiado pelo sistema que estamos fadados a dar início com o nosso primeiro contato com as nossas subjetividades (BOLA 2020).

De acordo com Cobin (2013), a masculinidade se torna um fardo pela incansável necessidade de afirmação. Ainda segundo o autor, a masculinidade está na necessidade de agir incessantemente, de demonstrar coragem, resistência, de saber responder aos desafios, de revelar força em todos os propósitos, expressar controle e ser bem compreendido, de provar a sua potência sexual e fecundidade. Nasce então, a ideia de um pai provedor, aquele que encaminha os filhos e os aconselha para o destino de uma boa vida. No caso das meninas, seria ensinado a

manter a honra e a preservar algum talento (normalmente funções domésticas) enquanto para os meninos, lhes era incentivado o estudo (curiosidade, desbravamento, aptidão à busca do conhecimento e do inexplorado) (San't Anna, 2013).

Logo de início podemos nos atentar a uma boa preocupação da masculinidade com a qualidade de um bom trabalho. O padrão de masculinidade haveria mudado, presenteando ao homem com uma função social de provedor vinculado ao trabalho, autoafirmando uma fonte básica de autorrealização. Através desse trabalho, ele seria reconhecido como homem e, sem o trabalho, não seria nada (Matos, 2001).

O processo histórico-cultural contribui para uma formação social do modo de ser, entre homens e mulheres, de determinada época. Estes processos denominados dispositivos de gênero, atuam através da televisão, cinema e revistas e jornais. Reforçando o ideal do tradicionalismo que representa os homens como um líder familiar, provedor de toda renda, responsável pelo sustento, e as mulheres como donas de casa, dependentes, afetivas e líderes sentimentais (Medrado, 1997).

Grande parte dos homens são expostos a uma forte vulnerabilidade psíquica que abala a masculinidade quando pensam no fato de não poder atuar mais como provedor. Eventualmente questões como a aposentadoria, doenças, ou outros fatores que tem como consequência o afastamento, são ligados ao fracasso, os tornando homens menores do que os outros (Clara Coria, 1996).

Segundo Nolasco (1995, p. 65), “o desemprego passou a ser a condição para que os homens entrem em contato com os sentimentos de desvalorização e de angústia, transformando-os em representação temida no universo masculino”. De acordo com Azize (2009), o que está em jogo não é apenas a possibilidade de sobrevivência, mas inclusive, o ajuste de status e o constrangimento social, colocando em xeque a própria masculinidade. Por mais que, em que uma relação heterossexual, um homem se encontre em uma situação de vulnerabilidade e, por algum motivo em específico os papéis sejam invertidos entre ele e a mulher, socialmente ainda não seria positivamente aceito. A ele, seriam atribuídas a características femininas e viraria piada diante toda a sociedade masculina (Zanello, 2018).

A importância de a masculinidade ser aprovada diante de outros homens é um fator fundamental. O principal fator que determina isso é a prova de anti feminilidade, que se trata de nunca ser comparado a uma mulher. (Nolasco,1998). Uma mulher

poderia ser desejada, mas o homem nunca poderia apresentar semelhanças a elas, o que podemos interpretar como uma espécie de misoginia.

Badinter (1992), uma mulher pode apresentar ausência de feminilidade, mas raramente sua identidade é questionada. Por outro lado, os homens estão a todo momento analisando a qualidade de um homem verdadeiro. E são eles, que secretamente atribuem deveres para expressar tais características. É a virilidade então que comprova a masculinidade que deve ser testada, construída e de uma certa forma “fabricada”.

Dever, provas, proações, estas palavras dizem que há uma tarefa real a cumprir para tornar-se homem. A virilidade não é dada de saída. Deve ser construída, digamos "fabricada". O homem é, portanto, uma espécie de artefato e, como tal, corre sempre o risco de apresentar defeito. Defeito de fabricação, falha na maquinaria viril, enfim, um homem frustrado. A garantia do empreendimento é tão baixa que o sucesso merece ser exaltado (Badinter, 1992, p.4).

Desde muito cedo, os homens, são ensinados e incentivados a falar sobre sexo, não de uma forma a explorar e expressar a própria sexualidade, mas como algo já preestabelecido a ser reproduzido. De acordo com Nolasco (1998), é tamanha a importância que os homens dão a sua genital, que se referem aos mesmos não como uma parte do corpo, mas como um outro. Dessa forma, a interpretação do que é ser homem é reduzida a uma prática sexual que nega o corpo masculino como uma fonte de prazer e, como consequência, a separação dos corpos é estendida a genitais e envolvimento afetivo.

O desempenho sexual passa a ser também, assim como o trabalho, um fato importante para a formação da identidade masculina. O corpo afetivo é descartado e substituído por um corpo sintético, representado pela força física, e por uma razão cínica de dupla moral.

A necessidade de dominação, ascendência, e controle de um sobre o outro também aparece como parâmetro tanto no trabalho quanto no plano sexual. Ativo-passivo, patrão-empregado, homem-mulher são percebidos e apreendidos pelos homens como pares opostos, muito mais do que expressão de dinâmicas subjetivas e culturais (Nolasco, 1993, p. 67).

Perante o discurso de liberdade sexual, os meninos serão induzidos continuamente pelo desejo sexual. As atitudes e comportamentos serão constantemente avaliados, vigiados e comparados aos de outros homens de acordo

com a norma definida por e para homens. Para eles, é necessário ser reconhecido pela virilidade.

A virilidade ainda é muito presente no imaginário da sociedade em relação ao homem negro. Segundo Nixon (1997), as diversas masculinidades que existem de um homem para outro, bem como a diversidade que existe dentro de um só ser, acabam hierarquizando entre si, definindo quem é mais homem. Nessa disputa, o homem negro acaba sendo caracterizado por “poucas essências”, sendo simplificado. O imaginário do homem branco colonizador perdura até os dias de hoje sobre as masculinidades de um homem negro, sendo assim, o seu corpo é estereotipado tanto pelas sociedades ocidentais e ocidentalizadas, reduzindo os corpos apenas a sexo. Devido a isso, é visto pela sociedade pelos homens como uma “masculinidade maior”, que causa ameaças e precisa ser encurtada, enquanto isso, é fetichizada e possuída pela comunidade branca, mas sempre negada (HALL, 1997).

Tendo isso em mente, a construção da masculinidade branca é feita pela desconstrução da masculinidade negra e pela criação da branquitude a demonizar a negritude por meio de uma falsificação do corpo negro masculino como perigo para, então, realizar a erotização de um corpo para o prazer transgressivo (bell hooks, 2003, p. 79).

No Brasil, o corpo do homem negro dentro do sistema capitalista branco neoliberal, continua sendo visto como algo “bestial, violento, pênis-como-arma, hiper masculino” porém, virou um “sítio para a personificação do desejo de todo mundo (bell hooks, 2003, p. 78 - 79). Pinho (2012) reflete que o negro brasileiro é totalmente reduzido a corpo, pele e músculos criados por um imaginário branco.

Enquanto ao homem branco foi determinado o intelecto, um certo grau de sensibilidade e racionalidade, tais qualidades foram negadas ao homem negro, sendo subjugados à potência física sexual, produzido uma figura ativa disponível a sexo a todo instante (Caetano; Texeira; Junior; 2019). E no berço dessa masculinidade que surge a ideia de “negão”, um personagem performático símbolo do masculino negro. O “negão” é introduzido entre a exaltação da virilidade apresentada pela exposição do falo, dos músculos, da força e, sobretudo, do desempenho sexual. Segundo Paulo Melgaço (2014), essas características são capazes de construir o ideal de “negão” (p.115) com uma determinada superioridade, ainda que fragilizada diante da masculinidade branca.

Uma metáfora interessante é feita pelo francês Welzer-lang (2001) que resume muito bem como funcionam os “mitos das masculinidades”. Em sua metáfora, a nomeia como a “casa dos homens” (p. 462) que, segundo o autor, funciona como uma residência de vários andares, a cada andar assim conquistado, novos desafios são postos, configurando assim, uma espécie de pirâmide. Logo de início, ao começar o processo de construção da masculinidade, ocorrem demandas ao combate e a negação a tudo aquilo associado às mulheres. É importante salientar que esse sistema nunca tem fim, e que sempre é convocado para performar tal masculinidade.

A prova disso vem de brincadeiras que começam na infância e que se estendem até a vida adulta. Competitividades criadas na “casa dos homens” que vão até provas físicas sem muito sentido, como resistência a golpes de outros meninos, resistência ao frio ou ao calor, quem come mais, bullying nas escolas, competição para ver quem é o mais rico ou mesmo quem consegue conquistar a mulher mais bonita da noite. Kimmel (1994) ressalta:

Pense em como os homens se vangloriam uns aos outros sobre as suas conquistas – de suas últimas conquistas sexual ao tamanho do peixe que pescavam – e como alegremente exibem suas marcas de masculinidade – a riqueza, o poder, o status, as mulheres sensuais – em frente de outros homens desesperados pela sua aprovação (p. 109).

Ao homem de verdade, é previsto um sistema de tolerância zero a fraquezas. A ele, nunca poderia ser atribuído tais características, senão, jamais seria aprovado pelos outros homens. Dessa maneira, podemos observar, também, que a masculinidade é marcada por uma aprovação homosocial (Kimmel, 1998).

4.2 Masculinidade hegemônica

Tanto o patriarcado quanto os mitos e rituais discutidos nessa pesquisa colaboram para a criação do conceito de masculinidade hegemônica. A primeira ideia a ser debatida diante do termo surgiu em estudos australianos. A ideia de se desenvolver sobre o tema de maneira mais elaborada levava em consideração a subjetividade dos envolvidos atrelados principalmente às classes sociais (Connell; Messerschmidt, 2013,)

Apesar do termo “hegemônico” ainda pertencer majoritariamente aos estudos Gramscianos⁵ em relação às classes. Nos anos 70 houve uma explosão de autores que criticavam principalmente o “papel do homem”. Resultando assim, em análises ligadas à opressão gerada através das masculinidades hegemônicas. Desse modo, essa linha teórica deu origem ao primeiro movimento de homens antissexistas e, também, foi a base central para o movimento de libertação gay, que trouxe ainda mais detalhes não apenas de opressões dos homens, mas também opressões pelos homens (Connell; Messerschmidt, 2013, p.244). Em meados dos anos 80, se chegou na conclusão que, em questões de gênero, a hegemonia não se tratava apenas de uma série de expectativas ou papéis, mas sim de uma sucessão de padrões, práticas, atitudes e coisas feitas, que permitiam que a opressão de homens sobre as mulheres continuasse (Zanello, 2018).

Atualmente, a masculinidade hegemônica é encarada como algo dito “normal”. Contudo, por mais que muitos indivíduos a interpretem como algo normal, a sociedade ainda a confunde com um sistema normativo. A masculinidade passou a atuar como uma espécie de personificação da integridade do homem, ela prega que todos os homens estejam diante dela e deem continuidade à ideologia de submissão das mulheres em relação aos homens (Connell; Messerschmidt, 2013, p.245)

É importante enfatizar a existência de outros tipos de masculinidades não hegemônicas que, apesar de andarem atreladas ao sistema de hegemonia, podem negociar ou questionar o sistema estabelecido. É o caso do que poderia ser chamado de masculinidades cúmplices, que não praticam da hegemonia, mas também não conseguem questioná-la, ou aquelas que podemos chamar de masculinidades subordinadas, que questionam e por isso são marginalizadas e violadas pelas formas hegemônicas das masculinidades (Cruz, 2019).

Connell (2013) se refere a alguns aspectos da masculinidade cúmplice como seres que não encarnam o ideal hegemônico, mas que de alguma forma conseguem tirar proveito disso, como por exemplo vantagens sobre mulheres apenas por transparecer uma relação com um grupo hegemônico, mantendo um sistema de cumplicidade com um coletivo hegemônico. Essas masculinidades se articulam através do patriarcado, mas não militam para a manutenção do mesmo.

⁵ Antonio Sebastiano Francesco Gramsci, foi um filósofo marxista, escritor, teórico político e jornalista. Um dos seus maiores estudos, veio ao ampliar o conceito de Estado e traçar a sociedade civil como aparelho privado a hegemonia.

Masculinidades subordinadas, por sua vez, se encontram fora da norma heterocentrada. Segundo Wlezer-Lang (2011), são tudo aquilo que não se enquadra no padrão de masculinidade idealizada pela masculinidade hegemônica, ou seja, aquilo que prega como um “homem normal”, um homem viril nas suas práticas, não-afeminado, ativo e dominante. Diante disso, todos os homens que não se encaixam nessa regra são tratados como “outro”, dominados, o que inclui também nesse grupo, mulheres e crianças, ou qualquer outro indivíduo que não se adequam ao “homem normal”. Connel (2000) afirma que a masculinidade subordinada mais notável em culturas europeias ou norte americanas é a masculinidade gay, abrindo assim, uma dimensão maior para aspectos homofônicos e violentos, característicos da masculinidade hegemônica.

Outras formas de masculinidades que convivem ou são produzidas simultaneamente à masculinidade hegemônica, são as masculinidades marginalizadas. Na grande maioria, são compostas por grupos explorados ou oprimidos, como grupos étnicos minoritários, que podem compartilhar de ideais hegemônicos, mas nunca serão socialmente aceitos.

A marginalização é sempre relativa à autorização da masculinidade hegemônica do grupo dominante. Assim, nos Estados Unidos, atletas negros específicos podem ser exemplos típicos para a masculinidade hegemônica, mas a fama e o dinheiro destes astros não têm efeito benéfico: eles não produzem uma autorização social para homens negros em geral (Connell, 1995, p. 81)

A hegemonia não necessariamente significa violência. Apesar de ter a capacidade de ser conquistada pela força, ela também pode significar a ascensão através da cultura, das instituições e da persuasão. Desse modo, a masculinidade hegemônica é reconfigurada através do tempo de acordo com as necessidades históricas, “mais precisamente, poderia existir uma luta por hegemonia e formas anteriores de masculinidades poderiam ser substituídas por novas” (Connell; Messerschmidt, 2013, p.245). Então, a masculinidade hegemônica deve ser entendida como uma dinâmica cultural a qual um grupo sustenta uma vida social superior, adentrando a uma espécie de dominação cultural, submetendo e dissimulando feminilidades e outros tipos de masculinidades. É impotente dizer que a masculinidade hegemônica não corresponde a características de homens que são de fato mais poderosos. Ela conta muito mais sobre o que os homens estão dispostos a apoiar,

transformando assim, qualquer outro tipo de masculinidade que difere a socialmente valorizada em algo duvidoso e desprezível (Cecchetto, 2014).

Algo que entra em discussão é a tentativa de retificar o termo de “masculinidade hegemônica” como algo que faz com que ele se torne uma característica fixa. Partindo dessa tendência, todas as atitudes relacionadas aos homens, incluindo as discutidas e fortalecidas pelos mitos e o patriarcado, podem atingir uma sacola de “masculinidade hegemônica” (Connell, 2000; 1995). Mas, vale ressaltar que tanto Kimmel (1991) quanto Connell (1995) determinam essa nomenclatura para representar assuntos relacionais a fim de refletir sobre as relações entre homens e mulheres, assim como para tratar as diferenças hierárquicas entre homens. Assim, como já abordado, as regras de masculinidades hegemônicas são vistas como barreiras para muitos homens, como um sistema inalcançável e insustentável. O homem ideal é forte fisicamente, economicamente estável, capaz de defender a si próprio a sua comunidade, além de um perfeito amante heterossexual. Os homens têm que provar suas masculinidades a todo momento, e falhar nessa tarefa pode causar problemas diante dos outros homens, tanto para o próprio sujeito.

4.3 Masculinidade em crise

Existem muitas questões urgentes sobre as masculinidades na contemporaneidade, a grande maioria delas atreladas a violências, tanto física quanto emocional. Se faz importante enfatizar esse tipo de violência que não visa apenas o outro, mas funciona como um sistema autodestrutivo para todos os homens.

De acordo com dados da OMS de 2016, a taxa de suicídio no mundo é maior entre homens com menos de 45 anos de idade. Totalizando um percentual de 51,2%. Enquanto no Brasil, de acordo com o DATASUS foi contabilizado cerca de 195.979 entre os anos de 1996 a 2017, somando o total de 79,02% de mortes autoprovocadas entre pessoas do gênero masculino.

Os dados deixam explícitos de que a violência está muito presente no cotidiano masculino, a própria sociedade nos apresenta uma visão “natural”, uma segunda natureza dos homens, um instinto ligado à biologia. Somos facilmente enganados por esse discurso e como consequência somos velados ao real problema. A verdade é que a consequência dessa violência tem um impacto extenso enquanto coletivo e enquanto indivíduo. “Sem dúvida nenhuma, a violência e a agressividade masculina são fatores de forte influência na saúde mental dos homens” (Bola 2020, p 27)

Em dados ainda mais esmagadores, os homens são responsáveis por mais de 80% de crimes violentos, menos da metade desses crimes são relatados à polícia e os dados ainda mostram que homens têm mais chances de serem vítimas desses mesmos crimes. “Enquanto os homens são os que mais cometem crimes, eles também são, a depender da categoria do delito, os que mais convivem com a violência” (Bola 2020, p 30)

A violência está presente desde muito cedo na vida dos meninos. Em pesquisa realizada com o foco principal no sistema de educação, foi constatada a violência entre meninos como sistema de resistência ao bullying. O antropólogo espanhol Matias Stéfano Barbero (2017) explora uma perspectiva em seu artigo *Hacerse hombre en el aula: masculinidad, homofobia y acoso escolar* onde ressalta que meninas eram alvos com menos frequência de bullying praticados por meninos, assim como também eram as que menos o praticavam. Além disso, meninas conseguiam levar as queixas de violência a supervisores que estavam dispostos a ajudar, a familiares ou ao próprio corpo de docentes das intuições, também conseguindo ver esses pequenos delitos como algo que deveria ser combatido. O mesmo não acontecia com muitos dos meninos que, além de não conseguirem externar esse tipo de violência para os responsáveis, entendiam tais atitudes como algo normal (Cruz, 2019).

De acordo com os estudos de Michele Ziegler de Mattos e Angelita Alice Jaeger (2015) com o artigo “Bullying e as relações de gênero nas escolas”, também é possível observar algo semelhante com o estudo de Barbero (2017) com as escolas da periferia de Santa Maria – RS. Os meninos também não questionam o abuso feito pelo bullying, de alguma forma, entendem que isso irá ferir a integridade deles como seres do gênero masculino, assim como colocaria em risco a masculinidade do agressor, gerando um atrito no sistema da “casa dos homens” (Wlezer - Lang, 2011).

A violência presente no ambiente profissional se destaca por meio do trabalho em excesso. De certa forma, esse trabalho em abundância é “romantizado” como o ápice da virilidade laborativa. Através desse tipo de trabalho, muitos homens acabam colocando a vida social como segundo plano, deteriorando a própria saúde por causa do serviço, levando caso de esgotamento físico e mental, estresse, úlceras, distúrbios do sistema imunológicos tão sérios que podem o levar a morte, afim de sustentarem a falsa ilusão do homem provedor (Serva; Ferreira, 2006).

Além disso, pode-se observar a mesma situação de homens que, mesmo bem sucedidos no âmbito familiar/profissional, podem apresentar aversões a felicidades ou

a realizações pessoais que tanto esperavam. Essa mesma visão de provedor pode ser um pesadelo para muitos deles. Alegando não serem mais enxergados como seres humanos pelos próprios familiares, são entendidos como seres não necessitados de qualquer tipo de apoio que não esteja ligado ao dinheiro. “Desempenhar bem a performance do trabalho e da profissão é algo fundamental na nossa cultura, mas não lhes garante carinho, afeto e bem-estar” (Zanello 2018, p.239).

A crise na masculinidade tem se tornando um assunto em destaque na contemporaneidade. As necessidades impostas pela cultura, nos dias atuais, definem características, comportamentos e papéis para os homens, estabelecendo um padrão a ser seguido como molde, mas que são de difíceis adequações para o sexo masculino. “Tal sociedade cria homens deprimidos, ávidos de normalização farmacêuticas, e encena uma padronização de comportamentos e crenças que visam garantir certos tipos de atitudes previsíveis” (Souza; Figueiredo, 2014, p 71)

A realidade é que o homem contemporâneo acaba se vendo obrigado a ceder a uma certa fragilidade estabelecida entre os dois gêneros. O enfraquecimento da cultura patriarcal, as múltiplas representações atribuídas ao falo, a manutenção da virilidade e a construção da identidade, todos esses aspectos entram hoje em conflito, causando um sofrimento ainda maior ao indivíduo masculino.

Como ressalta Breton (2004), o homem hoje é alvo de todos os valores cosméticos, o corpo masculino não é mais um mero detalhe diante do contexto de sedução ou outras situações relacionadas a vida e o trabalho. As exigências com a imagem do masculino provocam o desejo de esbanjar a sedução, conquista de um corpo escultural, cuidados capilares, cuidado com a pele, dietas e academias expõem a insuficiência do corpo. Estariam vivenciando uma crise de monitoramento da virilidade.

Sobre os enfraquecimentos dos conceitos da virilidade, Dessal (2009) lança seu olhar sobre o masculino na contemporaneidade.

Os homens são cada vez mais censurados por praticar a sua masculinidade, sendo simultaneamente recriminados por não querer exercê-la. Encurralados, ambos os sexos, nesse paradoxo, os homens se movimentam na incerteza de não saber mais como ser, enquanto as mulheres tentam resolver uma equação que tem se tornado para elas q quadratura do círculo: conseguir que o gatinho que agora esfrega a louça e passa a roupa, continue um tigrão na cama (p. 2).

A virilidade agora insuficiente pelo modelo corporal idealizado pelo “novo homem”, traz reflexos nos relacionamentos e caracteriza formas peculiares de sofrimentos vividos diante das experiências amorosas. Preso na exigência de coincidir com os níveis de padrão estabelecidos, o homem parece não perceber os desgastes dessa submissão e acaba se enquadrando em um dilema: ter que fazer para si e, ao mesmo tempo, ter que fazer para atestar algum reconhecimento do outro para ser visto como igual.

O gênero masculino se encontra agora, como um gênero atrás de si mesmo à medida em que tantos mitos estão, de certa forma, sendo desmistificados. Quanto mais a estrutura dos mitos, ou da “casa dos homens”, se encontra enfraquecida, mais ela perde suas características hegemônicas. O masculino sendo algo da ordem não natural, acaba por entrar em crise, senão não entraria em crise. Se existe uma crise, é porque os fundamentos do masculino foram debilitados pela história, pela vida e pelas transformações sociais (Souza; Figueiredo, 2014).

5 TRAILER

O termo trailer, discutido por muitos autores, vem da palavra “tail”, que em português significa “cauda”, mais especificamente ligado ao cinema, era a ponta do filme não utilizado em rolos cinematográficos. Trailer em inglês também significa “seguir” ou “ir atrás”, esse termo também foi utilizado na posição dos primeiros trailers no rolo dos filmes, ou seja, seguindo a sequência após a projeção principal.

A autora Lisa Kernan (2004) aborda a definição principal de um trailer como um texto fílmico que, por meio de imagens, apresenta um filme específico com o objetivo maior de promoção. De acordo com a autora, apesar de ter de uma forma comercial, os trailers são capazes de apresentar formas de narrativas únicas, onde o discurso promocional e o prazer de contar histórias estão ligados. Trailers são como imagens que complementam um filme, mas que podem ou não fazer uma ligação direta a ele. Em uma época onde as narrativas promocionais e visuais estão cada vez mais difíceis de se separar, se torna cada vez mais surpreendente estudar suas construções (Kernan, 2004).

Um dos registros mais antigos das utilizações dos trailers vem de Lou Harris, que nos anos 60 era chefe da divisão de Trailers da Paramount. Segundo ele, em 1912, um exibidor apresentou um episódio da série *The adventures do Kathlyn* e, durante a cena final da exibição, a personagem era atirada em um covil com um leão. Após o episódio terminar, era exibido na tela o texto questionando se a protagonista tinha sobrevivido ao leão, na sequência, outro texto mais direto era exibido, com a informação para não perdemos o episódio da próxima semana (Santos, 2010). Uma herança que nos dias de hoje é muito popular em series e até em telenovelas.

Inicialmente, os trailers eram utilizados para resolver um problema em específico: manter o máximo de tempo possível o espectador dentro da sala de cinema. A estratégia era sempre exibir os trailers para o público ficar informado sobre as novas atrações outra estratégia, era exibir os trailers nos intervalos entre os filmes. Com o tempo, os trailers foram se tornando maiores, contendo mais informações do que apenas textos, forçando os exibidores a adotarem outras estratégias. Por fim, a estratégia que perdura até os dias de hoje, já que o objetivo principal do trailer era anunciar uma próxima exibição, faria mais sentido exibi-las no início, assim o público não precisaria esperar até o final do longa para saber o que seria exibido nos próximos dias (Santos, M. 2010).

A grande maioria dos trailers são produzidos por empresas a parte conhecidas como *trailers houses*, são normalmente contratadas dos grandes estúdios. Tendo em mente o tamanho das produções hollywoodianas, e da enorme fama que muito dos filmes *blockbuster* poderiam ter, um trailer muito bem produzido poderia ser garantia de boa parte da bilheteria, e como consequência, abrir portas para possível sequência. Apesar de um trailer ocupar um alto custo, ainda continua sendo um bom negócio. Segundo ele, os trailers somam em média 4,5% do orçamento de um filme, sendo responsáveis por pelo menos 20% da audiência dos filmes.

A indústria cinematográfica percebendo o grande impacto que um bom trailer poderia ter, começou a expandir o material para além das telas do cinema. Nos anos 70, os trailers começaram a ser pensados em formatos menores para entrarem na grade de intervalos comerciais de televisões. Nos anos 90, com a inserção de computadores cada vez mais comum nos meios de trabalho, o processo de edição se tornou mais acessível, possibilitando uma forma não tão linear de se criar. Então, era possível fazer cortes minuciosos, com planos durando menos de 1 segundo. Seguindo essa reconfiguração, a internet no século XXI se torna uma grande ferramenta de divulgação de trailers, sites e blogs são criados pelos próprios estúdios, ou por amantes do cinema, responsáveis por armazenar vídeos das próximas atrações. É o início de um novo estágio para experiência visual (Santos, M. 2010).

De acordo com Kernan (2004), é possível dividir os trailers hollywoodianos em 4 grandes períodos:

- Era da Pré-história do trailer, de 1912 até 1927;
- Era Clássica, de 1927 até 1950;
- Era de transição, de 1950 até 1975;
- Era contemporânea, de 1975 até os dias atuais.

O ciclo característico de 1975 até os dias de hoje é chamado por alguns autores como Nova Hollywood é composto principalmente por princípios que alavancam o desempenho comercial dos filmes e, assim, como novas estratégias que tangem a construção dos trailers.

Segundo Mascarello (2006), pelo abandono narrativo muito marcante de filmes clássicos até meados dos anos 60, o novo cinema hollywoodiano consegue enxergar a própria indústria como um possível carro chefe absoluto de um mercado fortemente

integrado. Surge, então, uma demanda maior de produção e de consumo de conteúdos midiáticos interligados, influenciando, sendo influenciados, originando ou sendo originados de outros objetos culturais de consumo (cinema, TV, jogos eletrônicos, parque temáticos e brinquedos).

Esse processo de integração ficou conhecido como “*high concept*”, termo utilizado para caracterizar todo esse movimento de mercado iniciado por filmes a partir de 1975, denominados “*blockbusters*”. Filmes como *Tubarão* (*Jaws*, Steven Spielberg, 1975), *Guerra nas estrelas* (*Star wars*, George Lucas, 1977), *Os embalos de sábado à noite* (*Saturday Night Fever*, John Badham, 1977) são exemplos de alguns desses filmes. São obras marcadas pelo alto custo de produção, elenco renomado e com forte apelo ao gosto do público.:

Filmes que em sua maioria tem custo de produção alto (normalmente por conta de cachês e efeitos especiais), custos de lançamento também elevados e às vezes próximos ou superiores aos custos de produção (em razão do número elevado de cópias e da publicidade massiva) e rápida “queima” do filme no circuito primário de exibição, não importando quão positivo seja o boca-a-boca, já que eventuais prejuízos de bilheteria, através da lógica do *high concept*, poderão ser compensados nos mercados secundários de exibição, bem como através dos produtos conexos (Mascarello, 2006, p.349).

Mascarello (2006) denomina como mercados secundários justamente todo o comércio em volta das grandes produções *blockbuster*. São as licenças de exibição nas televisões, segmentos que tenham como objetivo associar algum produto com o filme de sucesso, como é o caso de parques, brinquedos, vídeo games e outros. A indústria vai utilizar o termo “franquia” para filmes de grande sucesso que vão além de números de bilheterias e, agora, não se tratam apenas de filmes, mas de produtos que agregam outros mercados de modo que criem raízes independentes, gerando assim, receita mesmo após o encerramento dos lançamentos do filme de origem,

Segundo Santos, M (2010), é a partir dessa reconfiguração mercadológica que o trailer vai ter um papel ainda mais importante na estratégia *blockbuster* e *high concept*. Não existe apenas um produto a ser divulgado, agora existe toda uma série de bens diferentes a partir do filme. O trailer vai ser responsável por estabelecer uma ligação de seriedade entre o espectador e o consumidor, disputando cada vez mais a atenção da audiência desde o início da produção do filme, até os lançamentos de produtos derivados do longa.

5.1 Tipos de trailer

De acordo com Santos, C (2004), os trailers normalmente se dividem em 2 tipos: os *teasers trailers*, também conhecidos como *avant-trailer*, e os *regular trailer*, ou simplesmente trailer.

- *Teaser trailers* são normalmente pequenas pílulas com o tempo médio inferior ao *regular trailer*. Normalmente são publicados com bastante antecedência dos filmes, com um espaço de mais de um ano ou meses antes do lançamento do filme. Se caracterizam por terem poucas cenas do produto, e poucos efeitos especiais. O objetivo principal dos *teaser trailers* é deixar o que está por vir em evidencia, deixar a audiência mais atenta e reforçar informações que podem eventualmente aparecer sobre o filme. Eles também podem ter o objetivo de gerar algum tipo de expectativa e frequentemente são produzidos para projetos considerados *blockbusters*.
- *Regular trailer* é o mais frequente nas salas de cinema, caracterizados por ser uma construção da sinopse do filme. Costumam chegar poucos meses ou semanas antes da estreia do filme e possuem cenas já finalizadas com efeitos especiais, ou quase finalizados. Em Hollywood o tempo médio de um trailer é de dois minutos e meio, tempo determinado pelo MPAA⁶

5.2 Narrativa do trailer

Ainda segundo Santos (2004), um trailer não possui uma fórmula padrão de ser feito, visto que ele depende muitas vezes do gênero do filme para desenvolver uma narrativa. O único conceito base que todos os trailers compartilham é de se assemelharem ao mercado publicitário, dividindo processos de construção mais parecidos com videoclipes.

Mesmo sendo uma versão curta do filme, o trailer possui estrutura e narrativa própria, podendo criar significados e estar sempre disponível a reconstruções. É normal estúdios lançarem diversos trailers, habitualmente visando vários públicos diferentes, e cada um deles reeditados de uma maneira única. Sendo assim, Santos, M (2010) salienta que o trailer pode fugir da coerência e da consistência espaço-temporal que o filme pretende moldar. Ao invés disso, entram elementos que o

⁶ MPAA, sigla para “*Motion Picture Association of America*”. Associação comercial estadunidense, que representa os cinco maiores estúdios de Hollywood e o serviço de streaming *Netflix*.

produtor ou o estúdio julgue que tenham maior importância ou forte apelo sobre o público.

O trailer não é apenas um apanhado de cenas, ele é um discurso articulado, que, como tal, deve possuir objetivos específicos e estrutura apropriada para cumprir sua função comunicativa. Apesar de não ser regra, alguns elementos são constantes nos trailers, dentre eles a apresentação do enredo, narração, música, apresentação dos atores e data de estreia (Santos, C. p. 62).

Muitos desses elementos são construídos de uma maneira para provocar o público, são emotivos e animadores em sua grande maioria. Iremos destrinchar algumas dessas narrativas expostas por Santos (2006) e Santos, M (2010).

- Narração: É bastante comum filmes se apoiarem em narrações, são áudios chamados de *offs*, ou *voz-off*. Ferramenta bastante utilizada no jornalismo para fazer o registro sonoro que constitui cena. Normalmente, a pessoa por trás da voz não parece em quadro. Esse tipo de narrativa também é bastante utilizado nos trailers e geralmente é feita por algum personagem do filme. Além da narração, outra possibilidade de ligar a audiência ao enredo do filme é através de diálogos.
- Diálogos: Ferramentas importantes que podem ser aliadas à narração, como o trailer não tem nenhuma obrigação em seguir uma ordem cronológica do filme, os diálogos podem ser postos à disposição de uma construção de uma outra história que faça sentido para a venda do filme. Normalmente, cenas com diálogos mais dramáticos são postos a vista para gerar alguma comoção no público.
- Caracteres: Esses elementos indicam o assunto do filme e a relação que o espectador deve ter com as imagens. Outra forma de utilizar essas palavras e frases a favor do estúdio e da produção, é expondo nomes famosos como de atores, diretores e produtores, assim como premiações e indicações a premiações. O que for avaliado como um forte instrumento apelativo será utilizado.
- Edição de imagem: A montagem é a base da sustentação dos trailers. A sequência de imagens muito bem escolhidas se atentam em passar a ideia do que é o filme. São imagens que possuem lógica e contexto em si mesmas. A

edição dessas imagens consiste em 3 polos: seleção, agrupamento e junção. O objetivo desses elementos é obter uma totalidade. Percebemos então que a montagem de um trailer é dinâmica e acelerada com muitos efeitos visuais e sonoros. A edição também é responsável por garantir o movimento/ação e apresentar as principais informações do filme. É por meio desse arranjo de cenas que é feita a venda do filme. Quanto mais precisa a escolha das imagens, mais fortes e mais significativas se tornam para o público.

- Edição de som: Tão importante quanto a montagem das imagens, também está em pé de igualdade a edição sonora e a escolha da trilha. O som vai criar toda a atmosfera em volta do ambiente proposto. Pode estar em sintonia com as imagens, assim como também pode ser independente a elas. Sons podem criar dissonância que favorecem o entendimento do filme, é algo comum em filmes de suspense. São utilizados ruídos, efeitos que suprimem outros sons, criando mistério com elementos sonoros até então não identificados pelo público, assim como adicionar uma trilha em substituição aos sons das cenas.
- Trilha sonora: A trilha pode ser ou não incluída aos trailers, assim como canções incluídas nos trailers podem ser excluídas das versões finais dos longas. Isso acontece porque muitas vezes a trilha não foi totalmente definida, ou porque os responsáveis pela criação do trailer acreditam que o desempenho de tal música faça mais sentido e tenha um maior impacto no público durante a apresentação do trailer. Segundo Rosenfeld (2002, p.148), a trilha sonora em determinado momento “pode e deve interromper a ação para torna-se o elemento mais importante”.

5.3 Estética do capital

Como dito anteriormente, o trailer tem uma função exclusivamente mercadológica. Sendo assim, segundo Rosenfeld (2002) os produtores dos trailers não desenvolvem um maior interesse em características cinematográficas de qualidade estética, mas tendem a obedecer ao gosto do público. Critérios quantitativos tomam destaque ao invés de critérios qualitativos.

A linguagem do trailer muitas vezes é diferente da linguagem do filme, atualmente a estética imposta nos trailers recordam os demais produtos audiovisuais publicitários. Existe uma certa homogeneização na construção dos trailers, muitas

vezes são vistos como repetitivos e de seguirem estilos parecidos como os de videoclipes Santos, C (2004).

Hoje o cinema acima de tudo é visto como uma indústria a se gerar lucros, por isso a despreocupação em relação aos processos mais criativos que auxiliam em questões estéticas e temáticas. Segundo Santos, C (2004), quanto maior a influência mercadológica dentro do filme, maiores são as chances dele se parecer como os outros. Os executivos desenvolvem e estimulam uma série de acontecimentos que visam atrair as grandes massas. Esses filmes carregam cenas de ação bem trabalhadas, explosões, um pouco de romance, uma pitada de humor e um arco dramático de fácil resolução e entendimento.

A mesma espécie de fórmula é replicada na criação de trailers, existe uma pressão para que ele consiga atingir o maior número de pessoas, sem exceções. Investimentos de alto custo exigem um retorno, que no cinema é estampando através dos números de bilheterias, principalmente na primeira semana de estreia. Por isso, essa “fórmula mágica” é o ideal a ser seguido e imposto pelo mercado, funcionando dessa forma, em qualquer situação.

Vemos a força de expressão e criatividade do trailer expressidos em uma padronização da forma de anunciar os filmes. O trailer então é resumido a uma porção de cenas que possam despertar atenção dos mais variados públicos, entrecortadas por diálogos que pareçam interessantes, uma música agitada, narração em off e qualquer informação adicional que possa ser relevante para ajudar a vender o filme (Santos. C, 2004, p.70).

Vale ressaltar que esse processo comercial também continua em contante transformação. Apesar de ser rígido em sua construção e receita, existem também as exceções. Um caso em especial que mudou a forma de se fazer trailer, veio a partir da divulgação do filme *A origem (Inception, 2010)* de Christopher Nolan. Além das passagens de tempo muito exageradas feitos pelo processo de edição chamado *fade-in* (já presente na grande maioria dos filmes). Os trailers de grande sucesso agora compartilham de uma técnica sonora peculiar: o “BRAMMMM”.

Foi assim que foi denominado o som peculiar presente em trailers de sucesso. Muitas revistas especializadas em entretenimento e cinema entraram em discussão para saber como aquele som teria sido criado ou quem o tinha inventado. Em uma

matéria⁷ feita pela revista *IndieWire*⁸, é possível entender um pouco a construção do som tão emblemático e tão característico para trailers de filmes *blockbusters*.

Esse som, em especial, combina muito com filmes de ação, ao lembrar um som de alarme, a considerar o vídeo *Como aquele som de A origem dominou Hollywood* de autoria do canal Entre Planos⁹. Um som característico por transmitir a sensação de alerta, atrelado ao curto intervalo de tempo e mesclado muito bem com as imagens, cultiva no espectador uma sensação eufórica e bastante dramática nos acontecimentos expostos. É possível dizer que estamos diante de uma nova fórmula de se criar um trailer.

Apesar de ser uma composição simples, quando bem estruturado, pode ser utilizado e comercializado para posicionar o filme, pelo trailer, em um gênero específico mais característico. O fato de *A origem* ter sido um filme de bastante sucesso fez com que os outros estúdios adotassem o uso da mesma técnica.

Isso é apenas um exemplo de uma variação repentina na forma de se fazer um trailer mais comercial. Outras regras também estão atreladas a outros tipos de filmes, conectados a outros gêneros de trailers, que tornam filmes cada vez mais populares em seu conteúdo exclusivo de divulgação.

5.4 Análise do trailer

Segundo Palloma Carvalho (2010), toda análise audiovisual consiste, obviamente, em considerar de forma abrangente e condensada imagens e efeitos sonoros. No caso dos trailers, pelo tempo curto de duração, essas imagens e sons acabam tomando dimensões ainda maiores. Cada frase, cena, diálogo e música, no trailer, é escolhido cuidadosamente para desempenhar, com máxima excelência, o propósito final diante o público. Portanto, a análise de trailers assume uma responsabilidade significativa, envolvendo a caracterização minuciosa de cada elemento presente e a compreensão de sua função dentro da obra audiovisual em questão.

Neste caso, em específico, a pesquisa se concentra nas características próprias dos trailers em relação ao apelo para com o público. Por mais que o objetivo

⁷Disponível em: <https://www.indiewire.com/news/general-news/who-really-created-the-inception-braam-composer-mike-zarin-sets-the-record-straight-91690/>

⁸ Site de opinião especializada na indústria cinematografia. Criado em 1996, discorre principalmente sobre filmes independentes.

⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QrJGq3EdTDY&t=318s>

seja exclusivamente comercial, assim como todo material audiovisual, o trailer não foge de seus significados quando relacionado ao cinema. Arnheim (2000), ao afirmar o cinema como arte, destaca que o filme apresenta não apenas objetivo, mas também um mundo repleto de subjetividades. Criam-se novas realidades capazes de modificar a ordem natural do tempo onde as coisas podem ser multiplicadas, distorcidas, apagadas, aceleradas ou atrasadas. Pode-se conceber vida a universos mágicos, onde não existe gravidade, onde forças misteriosas movem objetos ou os rompem e, ao mesmo instante, os reconstroem.

Além de movimento estético, o cinema é complexo em suas narrativas. O cinema cria relações simbólicas entre objetos e acontecimentos que não tem qualquer compromisso com a realidade. Por meio de histórias ficcionais, é criado um reflexo à vida. Relatos de acontecimentos imaginários que não tem relações com a vida real, mas que se organizam a partir das vivências e dos pensamentos humanos.

No cinema a articulação entre o mundo real e o mundo da ficção é particularmente sensível, na medida em que a matéria significativa do filme reproduz e amplia com bastante precisão os referentes da representação audiovisual, criando assim uma forte impressão de realidade (Geada, 199,8 p.10).

A impressão da realidade é um fator de extrema importância que faz o cinema ter o poder e o reconhecimento que ele tem hoje. Segundo Metz (2000), mais do que qualquer obra literária, peça teatral ou pintura, o cinema nos provoca a sensação de que estamos assistindo diretamente um espetáculo quase real. Enquanto espectadores, somos convidados a “participar” por meio de um processo perceptivo e afetivo, esse processo nos faz com que nunca fiquemos enjoados do cinema, que nunca nos cansemos de assistir aos filmes.

É possível considerar, salvaguardando as proporções, que o trailer é capaz de desempenhar, também, tal papel. Eles se dirigem ao público de um modo bem direto, engenhoso o suficiente para propor um cenário imaginário, no qual iremos nos identificar, ou não. A análise a seguir irá percorrer as etapas delineadas por Claudia Melissa (2004) e Márcio Carneiro (2010) no que diz respeito à criação de um trailer: atribuindo significados às linguagens cinematográficas propostas, garantindo uma forma de enriquecer as cenas e avaliando sua contribuição para a construção de personagens e narrativas relacionadas ao gênero. Além disso, busca-se compreender

de que maneiras imagens e sons contribuem para a formação de novas expressões de masculinidades.

5.4.1 O resgate do soldado Ryan

Duração: 2:09¹⁰

O trailer começa com várias fotografias em preto e branco de soldados em guerra sobrepostas por imagens de cartas. Em alguns frames, algumas das palavras escritas tomam destaque. Entre as mensagens, os termos “*fine soldier*”, “*loss*”, “*grace of god*”, “*sincere condolences*” e “*war regrets to inform peter ryan was killed*” aparecem em maior evidência. Como visto previamente, esse tipo de letreiro ajuda a localizar o público em relação ao filme, dando um direcionamento sobre o que o filme se trata.



Com essas palavras, é possível insinuar as consequências de uma guerra. A mudança da grafia da escrita também significa algo, primeiramente somos expostos a uma tipologia que lembra a letra de uma carta datilografada para, em seguida, termos uma influência jornalística, ilustrando algum tipo de matéria de jornal impresso. As duas grafias em caixas mais quadriculadas expressam um teor de importância.

¹⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=9CiW_DgxCnQ

Segundo Jennifer Van Sijll (2017) a cor em tela pode ser capaz de identificar a personalidade de cada personagem. No caso do trailer em questão, as imagens inicialmente são postas em forma de fotografia em preto e branco. Nessa ausência de cor, podemos interpretar aqui a falta de personalidade ou a ausência de uma individualidade observada por meio de um universo de guerra.

O fotógrafo Sebastiao Salgado (2013) possui uma extensa obra repleta de imagens nesse padrão. A escolha por essa particularidade se encaixa perfeitamente no contexto crítico e social do seu trabalho. Segundo o artista, o choque provocado através das imagens tem o objetivo de chamar a atenção para questões mais urgentes da sociedade, como a fome, a desigualdade e a dor. Com o preto e branco, Salgado é capaz de interagir com a densidade das pessoas, as atitudes, os olhares, sem que tenham a interferência da cor. No contexto do trailer, o objetivo não passa muito distante. Por se tratar de um cenário de guerra, a fotografia em preto e branco é capaz de captar com mais precisão detalhes que podem se perder no meio das cores.

Segundo Michael Freeman (2012), a fotografia em preto e branco tenta ser menos literal do que a fotografia colorida. Em questões visuais, o preto e branco abraça melhor uma expressividade na entonação do quadro, na representação da textura e na construção e definição das formas. Desse modo, o objetivo da cenografia em preto e branco é captar a alma dos objetos de cena, sejam eles pessoas, cenários ou animais.

O trailer não se dá ao luxo de ser 100% em preto e branco e, aos poucos, assim como os personagens, as cores vão tomando destaque das imagens agora em movimento. Sobre as cores, Hedcoe (2013) também indaga que através delas é possível acessar novas emoções, então, com mais intensidade, diferente da leitura em preto e branco mais subjetiva, as cores trazem consigo um compromisso maior com a realidade, despertando, assim, fortes reações emocionais.

O trailer se transforma agora em algo mais dinâmico, o conceito de seguimento de imagens fotográficas dura apenas mais alguns segundos. Acompanhado mais uma vez do letreiro, agora o trailer nos apresenta mais 4 frases, "*in the last great invasion*", "*of the last great war*", "*the greatest danger for eight man*" e "*was saving...one*". Temos aqui os nossos personagens, os nomes antes expostos e ilustrados por uma fotografia estática ganham movimento assim como cores.



A trilha sonora antes mórbida, agora apresenta sua presença heroica dissipada por um tiro. Somos apresentados por um misto de emoções proporcionadas pela câmera em movimento representando toda instabilidade e o caos de uma guerra. Todo esse deslocamento é acompanhado por vários movimentos de câmera, os planos em câmera lenta são explorados para demonstrar a emoção do personagem em relação a uma situação traumática; as cenas em velocidade normal são usadas para expressar alegrias; e, por fim, cenas que se aproximam as feições dos personagens, momentos de concentração, onde o público é desafiado a desenvolver um tipo de empática com o personagem (Sijll, 2017).

Um questionamento que podemos fazer em relação às guerras é: de onde vem tanto poder e por que os homens têm tanta sede poder? Uma explicação mais sensata que temos a essa pergunta é o fato de que as masculinidades foram feitas e criadas para lidar com tanto poder. A sociedade patriarcal sempre nos deu as armas para uma certa dominância, desde as brincadeiras de infância, onde crianças são treinadas para liderança, com as arminhas de brinquedo e os soldadinhos, e sempre educados com a normalização da autoridade da violência.

A maneira como a sociedade normaliza a violência contra um “inimigo” impacta a maneira como nós, enquanto coletividade, justificamos atos de

guerra ou conquistas e invasões militares por meio da construção de um “Outro” que precisamos dominar, ou de quem devemos supostamente nos proteger (Bola, 2020, p. 57).

Segundo Nolasco (2009), as guerras colocam os homens em contato com uma dimensão irracional deles mesmo. É necessário que o “outro” não seja apenas um representante da diferença, mas um inimigo, alguém que ocupe o imaginário masculino como a ameaça de aniquilamento. Por outro lado, a guerra é capaz de amolecer o coração dos homens. Por meio dessa batalha incansável e irracional, os indivíduos tem o seu primeiro contato com a dor, com o medo, a perda, a vulnerabilidade e o risco. Pontos que normalmente os homens não estão acostumados a experimentar.

O “outro”, mais especificamente no trailer, nunca é revelado. Entendemos, então, a esfera política como o ápice de uma fantasia masculina onde se ostenta violência, poder e dominação. Tratam-se vidas e mortes como uma simples guerra de ego permeadas por visões ideológicas opostas que, de modo geral, são vistas como posições contrárias do mesmo sistema. A violência política é uma maneira de se reconectar com a masculinidade, alguém que arriscaria sua vida e/ou tiraria uma vida para proteger o que considera ser dele (Bola, 2020).

No trailer somos capazes de perceber essa conotação. Muitos dispositivos presentes ressaltam essa aura heroica por cima do inimigo invisível. O instrumento está presente através do letreiro que invoca nossos personagens a um pedido ou missão irrecusável. As fotografias e textos constroem e reforçam os sacrifícios até mesmo em momentos mais calmos onde a paciência do nosso herói é posto à prova. É possível notar uma estratégia de reforço da nossa simpatia para com o herói.

5.4.2 Interestelar

Duração: 2:18¹¹

Em *Interestelar* somos apresentados logo de cara a um cenário apocalíptico. Os diálogos são construídos e cuidadosamente editados para que seja possível ter uma melhor dimensão sobre qual situação nossos personagens se encontram. Somos introduzidos a dois personagens chaves: um homem chamado Cooper e a sua filha chamada Murphy.

¹¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-gieJQejbHQ>

Um jogo de palavras é feito com o nome da personagem Murphy, cujo o nome está ligado a lei de Murphy. De acordo com a regra, tudo o que pode acontecer de ruim, irá acontecer, no pior momento possível. Ao ser defendida por Cooper, Murphy não significa algo necessariamente ruim, mas algo que tem a possibilidade de acontecer, e que vai acontecer. Por meio dessa ótica, somos apresentados a eventos catastróficos que acontecem durante as próximas sequencias. O fim do mundo é certo e algo precisa ser feito.

Durante quase todo o restante do trailer é possível observar também o dilema sobre paternidade e abandono. Cooper é o pai de Murphy, mas, para salvar o mundo, ele precisa abandonar as coisas que mais ama, incluindo a própria filha. Segundo Nolasco (1993), a paternidade tem mudado para melhor do que desrespeita a relação familiar de homens, principalmente com os próprios filhos. O “novo homem” posto por Nolasco, vem de uma geração de ausência paterna, que culturalmente são identificados como homens sem nenhum tipo de ligação afetiva com o próprio pai. Dessa forma, com a ascensão do “novo homem”, existe essa preocupação maior em questões familiares, os pais estão mais presentes e se relacionam afetivamente melhores com os filhos e o restante da família.



Ao avaliar essa intensidade afetiva, Nolasco (1993) nos apresenta um estereótipo de como os pais são vistos socialmente. Junto à figura masculina, são atreladas características como *pai herói* e *pai protetor*. Essas qualidades permitem aos homens enfrentarem situações de fortes emoções por meio do medo, prazer e estranheza em um contexto ainda não vivido. Cooper ocupa esses dois papéis, ele intercala muito bem entre homem afetivamente ligado a filha e o pai protetor e herói disposto a largar tudo por um bem maior.

O trailer também explora aquilo que Corbin (2013) discorreu anteriormente. A masculinidade se torna um estorvo pela constante pressão de reafirmação. Cooper se encontra na necessidade de agir incessantemente, de demonstrar coragem, resistência, e habilidade de conseguir responder aos desafios. É uma regra revelar a força, seja qual a for a situação, e expressar uma presença firme em todas as decisões.

Além de serem exploradas imagens do espaço, expondo as complexidades da missão e todo o cenário desconhecido que Cooper terá que enfrentar, também são vistas cenas de vulnerabilidade do próprio personagem, questões como insegurança, dúvida, ansiedade e preocupações são ilustradas de maneira muito íntima. Tais sentimentos são aqueles negados durante a formação da identidade masculina. Os planos detalhes corroboram um olhar mais empático em relação a Cooper, diálogos marcam promessas feitas, mensagens de afetos e a câmera presa capta a fragilidade de Cooper.

5.4.3 *Top Gun: Maverick*

Duração: 2:24¹²

O trailer de *Top Gun* se sustenta através do som. Por ser um filme sobre aviação, o barulho dos aviões cortando o ar tem um papel importante para inteirar melhor o espectador. Aqui a estratégia do “BRAMMM” é utilizada nas transições das cenas. O som, utilizado para representar o alerta, representa no trailer a chegada da ação. O vídeo promocional intercala as imagens mais calmas e introspectivas com sons alarmantes dos aviões, despertando o clima de curiosidade do espectador para saber sempre o que vai acontecer em seguida.

¹² Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=flURw76_UCU&t=75s

Além do som, é possível perceber a importância da iluminação nesse trailer. A autora Jennifer Van Siljj (2017) caracteriza o contraste que é feito entre claro e escuro como *Iluminação de Rembrandt*. Essa técnica é responsável por levar dramaticidade e realismo ainda maior para a cena. No trailer, é possível ver diversos quadros onde os personagens são postos na contraluz, essa composição, encarregada de criar a silhueta dos personagens, expressa questões filosóficas fundamentais sobre a vida e a morte, o certo e o errado, e bem e o mal.

Aliados a isso, o contra *plongée* é utilizado para engrandecer os aviões e os céus, ampliados de forma colossal em relação aos personagens. Esse tipo de visão já indica ao espectador o arco dramático a ser explorado no trailer. Ao mesmo tempo em que esses planos criam a visão assustadora das aeronaves, eles exalam um olhar de admiração e, até, de afeto dos personagens às máquinas.



A iluminação nos introduziu a essa dualidade filosófica, e o plano em contra *plongée* aos desafios dos personagens. Por meio dos diálogos, isso é melhor reforçado. A introdução do veterano experiente no ramo da aviação indica um treinamento intensivo nos métodos práticos de pilotar. Por ordens maiores, o veterano não se vê em posição de recusar o chamado.



É possível observar uma construção hierárquica entre os personagens. O capitão, responsável por ensinar os outros aviadores, os coloca em situação de extremo estresse e perigo. Pelo ponto de vista das câmeras acopladas nas cabines dos aviões, podemos identificar a estratégia de transmissão do sentimento de tensão ao público. Os cortes rápidos, destacando aparelhagens do avião, e efeitos sonoros sempre pontuais geram dinamismo para toda sequência, reforçando os desafios enfrentados pelos aviadores.

Segundo Connel (2009), devemos ver o projeto de construção de masculinidades também como um projeto em coletivo. Apesar dos desafios postos pelo capitão, cenas de descontração também são expostas, assim como cenas de briga. Todo esse cenário é construído através do imaginário masculino de conflito entre o fortalecimento de suas masculinidades.

Assim como explorado anteriormente, Matos (2000) nos mostra como a importância do trabalho é crucial para a formação da identidade masculina. O serviço é posto como algo de risco a vida, com a chegada do capitão essa mensagem se intensifica e fica mais clara. O fato de ser um trabalho, e de extrema importância para suas identidades que seja aceito sem objeções. Vale a pena ressaltar que entre os aviadores, existe uma aviadora, em nenhum momento ela é posta como parte dos

desafios impostos. As mulheres durante esse trailer expressam sinais de admiração, assim como de paixão acompanhadas por outros homens.



A trilha abre espaço entre o som dos motores das aeronaves, e os efeitos sonoros de explosão, garantindo que o trailer tome outro rumo, um caminho mais dinâmico e desafiador para os nossos personagens, explorando um processo de autorrealização com o trabalho. A relação com os instrumentos profissionais, neste caso, os aviões, se torna mais íntima através das imagens. O que está em jogo é algo que vai além do momento profissional, algo que garante um tipo de sobrevivência.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Concluindo a análise dos trailers apresentada nesta pesquisa, observamos uma diversidade de expressões do gênero masculino. Embora alguns trailers reproduzam questões hegemônicas, outros conseguem explorar de maneira mais abrangente as complexidades da experiência masculina em diversos contextos.

É evidente que, por se tratar de um produto comercial, o trailer abandona padrões estéticos muitas vezes associados aos filmes, optando por uma fórmula que busca conquistar o público. Diferentemente dos longas-metragens, o trailer não se vincula estritamente à construção estética para desenvolver seus personagens. Assim como Hollywood é conhecida por construir seus ídolos e mitos, em busca pelo capital, o trailer utiliza uma abordagem específica na construção de outros estereótipos, aplicando-se à formulação de um gênero cinematográfico particular.

Apesar disso, a análise revela que o trailer ainda desempenha o papel de construtor de significados, por ainda se tratar de um produto audiovisual, sustenta-se da linguagem cinematográfica para transmitir expressões. Através dos estudos de gênero, pude aprofundar minha compreensão sobre a construção das masculinidades e sua correlação com as produções cinematográficas. Essa abordagem enriqueceu meu entendimento e interpretação dos significados subjacentes.

Assim, compreendemos que o trailer, como um poderoso instrumento audiovisual, tem seu valor comercial sobreposto às formulações que o acompanham as construções de personagens. O trailer continua a ser uma ferramenta legítima para a análise de manifestações e construção de significados ligados à masculinidade, destacando sua importância no panorama cinematográfico contemporâneo.

7 REFERÊNCIAS

- ADORNO, T.W. & HORKHEIMER M. Dialética do esclarecimento. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ADRIÃO, Karla Galvão. Sobre os estudos em masculinidades no Brasil: revisitando o campo. Cadernos de Gênero e Tecnologia. V. 1, n. 3, 2005.
- AGUIAR, Neuma. Patriarcado, sociedade e patrimonialismo. Sociedade e estado, v. 15, p. 303-330, 2000.
- ARILHA, Margareth, RIDENTI, Sandra G. U. e MEDRADO, Benedito (orgs.). Homens e masculinidades: outras palavras. São Paulo: ECCOS/Editora 34, 1998
- ARNHEIM, Rudolf. Arte e Percepção Visual. São Paulo: Livraria Pioneira, 2000
- AZEVEDO, Ana Vicentini. Mito e psicanálise. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.
- AZIZE, Rogerio Lopes. Desemprego executivo: a crítica ao terceiro espírito do capitalismo no cinema contemporâneo. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v. 24, p. 81-91, 2009.
- BADINTER, Elisabeth. XY: Sobre a identidade masculina. Paris: Odile Jacob, 1992.
- BOLA, J.J. A masculinidade desmascarada. Porto Alegre – São Paulo: Dublinense, 2020
- BUFFON, Roseli. Encontrando o homem sensível? reconstruções da imagem masculina em um grupo de camadas médias intelectualizadas. Dissertação (Mestrado). Florianópolis, UFSC, 1992.
- CAETANO, Marcio Rodrigo Vale; TEIXEIRA, Tarciso Manfrenatti de Souza; SILVA JUNIOR, Paulo Melgaço da. Bichas pretas e negões: seus fazeres curriculares em escolas das periferias. Revista Teias, v. 20, n. 59, p. 39-55, 2019.
- CARVALHO, Palloma. *Trailer: Análise da Linguagem Utilizada por Esta Peça Publicitária Cinematográfica*. Trabalho de conclusão de curso de graduação de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho". Bauru, 2010.
- CONNELL, Raewyn. The men and the boys. Univ of California Press, 2000.

CONNEL, R. W. Políticas da masculina. *Educação & Realidade*, [S. l.], v.20, n. 2, 1995. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71725>
Acesso em: 30 nov. 2003.

CONNELL, Robert W.; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. *Revista Estudos Feministas*, v. 21, n. 01, p. 241-282, 2013.

CORBIN, Alain. A necessária manifestação da energia sexual. *História da virilidade*, v. 2, p. 153-192, 2013

CORBIN, Alain. A virilidade reconsiderada sob o prisma do naturalismo. *História da virilidade*, v. 2, p. 13-34, 2013

CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. *História da virilidade: o triunfo da virilidade—o século XIX*. Petrópolis, RJ: Vozes, v. 3, 2013.

CORIA, Clara. *O sexo oculto do dinheiro*. Editora Record, 1996

CRUZ, Camila. *Saint Seiya: Uma abordagem pedagógica das masculinidades*. In: *Compartilhando saberes*, 2019.

DE MATOS, Maria Izilda Santos. *Meu lar é o botequim: alcoolismo e masculinidade*. Companhia Editora Nacional, 2000.

DE MATTOS, Michele Ziegler; JAEGER, Angelita Alice. Bullying e as relações de gênero presentes na escola. *Movimento*, p. 349-361, 2015.

DE SOUZA, Rolf Ribeiro. As representações do homem negro e suas consequências. *Revista Fórum Identidades*, 2014.

DESSAL, Gustavo. Se buscan hombres. Interesados presentarse en cualquier esquina. In: *Mujeres, una por una*. Gredos, 2009. p. 25-36.

DOS SANTOS, Márcio Carneiro. O trailer, o filme e a serialidade no modelo dos blockbusters do cinema hollywoodiano contemporâneo. *Revista GEMINIS*, v. 1, n. 1, p. 299-316, 2010.

FREEMAN, Michael. *O Olho do Fotógrafo: Composição e Design para Fotografias Digitais Incríveis*, 2012.

GEADA, Eduardo. *Os mundos do Cinema: modelos dramáticos e narrativos no período clássico*. 1998.

- HALL, Stuart. The spectacle of the 'other'. In: _____ (Org.). Representation: cultural representations and signifying practices. Londres: Sage Publications, 1997. p. 223-290
- HOOKS, Bell. We Real Cool: Black Men and Masculinity. Nova Iorque: Routledge, 2003.
- KERNAN, Lisa. Coming attractions: Reading American movie trailers. University of Texas Press, 2004.
- KIMMEL, M. Three and a half things men have learned from feminist scholarship. Journal of Feminist Scholarship, v. 1, 2011. Disponível em: <http://www.jfsonline.org/issue1/authorintro/kimmel/>. Acesso em: 2 jul. 2017.
- KIMMEL, Michael S. A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas. Horizontes antropológicos, v. 4, p. 103-117, 1998.
- LAQUEUR, Thomas Walter. Inventando o sexo: corpo e gênero, dos gregos a Freud. Rio de Janeiro: Relumê-Dumará, 2001.
- LATOUR, Bruno. Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica. Rio de Janeiro: Ed, v. 34, 1994.
- LE BRETON, David. O corpo enquanto acessório da presença. Notas sobre a obsolescência do homem. Revista de Comunicação e Linguagens, v. 33, p. 67-81, 2004.
- MASCARELLO, F. (Org.). História do Cinema Mundial. Campinas: Papyrus, 2006
- MEDRADO, B. O masculino na mídia: repertórios sobre masculinidade na propaganda televisiva brasileira. Dissertação de mestrado em Psicologia Social, PUC/SP, São Paulo, 1997
- METZ, Cristian. A significação do cinema. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- NIXON, Sean. Exhibiting masculinity. In: HALL, Stuart (Org.). Representation: cultural representations and signifying practices. Londres: Sage Publications, 1997. p. 291-336.
- NOLASCO, Sócrates. O mito da masculinidade. Rio de Janeiro: Rocco, 1995
- PINHO, Osmundo. Queering moral panic: State violence and black masculinity in Bahia, Brazil. Queering Paradigms IV, Rio de Janeiro, 2012

- POLI, Maria Cristina. A Medusa e o gozo: uma leitura da diferença sexual em psicanálise. *Ágora: Estudos em Teoria Psicanalítica*, v. 10, p. 279-294, 2007.
- ROSENFELD, Anatol. Cinema: arte e indústria. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.
- SAFFIOTI, Heleieth I. B. Feminismos e seus frutos no Brasil. In: SADER, Emir. (org.) *Movimentos sociais na transição democrática*. São Paulo: Cortez, 1987
- SALGADO, Sebastião. Da minha terra à Terra. Editora Paralela, 2014.
- SANT'ANNA, D.B. (2013). Masculinidade e virilidade entre a Belle Époque e a República. In: DEIPRIORE, M.; AMANTINO, M. (Orgs). *História dos homens no Brasil*. São Paulo: UNESP, 2013. pp. 245-266.
- SANTOS, Claudia Melissa Neves dos et al. Trailer: cinema e publicidade no mesmo rolo: um estudo sobre o trailer e o movie marketing, ilustrado pela campanha de lançamento do filme Cidade de Deus. 2006.
- SCHVARZMAN, Sheila. Escrever a história do cinema brasileiro no século XXI: desconstruir a história no singular e escrever a história no plural. *Rumores*, v. 11, n. 21, p. 132-150, 2017.
- SERVA, Maurício; FERREIRA, Joel Lincoln Oliveira. O fenômeno workaholic na gestão de empresas. *Revista de Administração Pública*, v. 40, p. 179-198, 2006.
- SIJLL, Jennifer Van. *Narrativa Cinematográfica: contando histórias com imagens em movimento*. São Paulo, Martins Fontes, 2017.
- SILVA JUNIOR, Paulo Melgaço da. Quando as questões de gênero, sexualidades, masculinidades e raça interrogam as práticas curriculares: um olhar sobre o processo de co/construção das identidades no cotidiano escolar. 2014. 236 f. Tese (Doutorado em Educação) –Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.
- SILVA, Fernanda Cesa Ferreira da. O masculino e o padecimento psíquico: uma leitura a partir da escuta na clínica psicanalítica contemporânea. 2010. 87 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.
- SOUZA, Ana Amália Torres; ROCHA, Zeferino Jesus Barbosa. No princípio era o mythos: articulações entre Mito, Psicanálise e Linguagem. *Estudos de Psicologia*, Natal, v. 14, p. 199-206, 2009.

SOUZA, Lise Mary Soares; CARNEIRO, Henrique Figueiredo. Masculino: Mito e declínio. ECOS-Estudos Contemporâneos da Subjetividade, v. 4, n. 1, p. 65-75, 2014.

TORRANO, Jaa. Teogonia – a origem dos deuses. Estudo e Tradução. São Paulo: Editora Iluminuras Ltda, 1995.

WELZER-LANG, Daniel. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. Revista Estudos Feministas, v. 9, p. 460-482, 2001.

ZANELLO, V. Saúde mental, gênero e dispositivos: cultura e processos de subjetivação. Curitiba: Appris, 2018