



## **Desobediências de gênero desde a cultura visual: Memes como alternativas políticas e pedagógicas aos entraves das eleições brasileira<sup>1</sup>**

*Gender disobedience from visual culture:  
Memes as political and pedagogical alternatives to obstacles in Brazilian elections*

*La desobediencia de género desde la cultura visual:  
Los memes como alternativas políticas y pedagógicas a los obstáculos de las elecciones  
brasileñas*

Kauane Moraes Bernardo<sup>2</sup>  
Universidade Estadual de Maringá (UEM)

João Paulo Baliscei<sup>3</sup>  
Universidade Estadual de Maringá (UEM)

### **RESUMO**

Através de imagens compartilhadas nas eleições, por candidatos/as e seus/as apoiadores/as, somos motivados/as a pensar sobre a cultura visual desse contexto e quais são as pedagogias presentes nelas. Neste artigo, entendemos que essas pedagogias tentam ensinar, de forma direta ou indireta, como um/a candidato/a deve se portar, a partir de seu gênero. Mas afinal, como se qualifica um/a candidato/a dentro dessa cultura? Para respondermos a essa pergunta, objetivamos, aqui, analisar memes divulgados nas redes sociais de candidatos à presidente da república do Brasil, enfatizando os dois com maiores intenções de voto de acordo com pesquisas – Jair Messias Bolsonaro e Luís Inácio Lula da Silva. Para tanto, elaboramos uma pesquisa a partir dos Estudos de Gênero e Estudos da Cultura Visual, organizada em dois momentos para além da introdução e considerações: o primeiro, uma apresentação teórica dos Estudos da Cultura Visual; e o segundo, uma análise de 5 agrupamentos de memes divulgados pelos candidatos e/ou por seus/as apoiadores/as.

**Palavras-chave:** Cultura Visual; Gênero; Política; Memes; Masculinidades.

### **ABSTRACT**

Through images shared in the elections, by candidates and their supporters, we are motivated to think about the visual culture of this context and what are the pedagogies present in them. In this article, we understand that these pedagogies try to teach, directly or indirectly, how a candidate should behave, based on their gender. More finally, how is a candidate qualified within this culture? To answer this question, we aim, here, to analyze memes disclosed in social networks of candidates for the president of the Republic of Brazil, emphasizing the two with the highest voting intentions according to the research – Jair Messias Bolsonaro and Luís Inácio Lula da Silva. For this, we elaborated a research based on two Studies of Gender and Studies of Visual Culture,

<sup>1</sup> Este artigo integra uma pesquisa do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC, intitulada “Me deixe voar”: a animação Float (2019) e discussões sobre Gênero, Cultura Visual e Infâncias (em andamento). Processo: 1444/2021.

<sup>2</sup> Acadêmica do curso de Artes Visuais da Universidade Estadual de Maringá – UEM. Membro do Grupo de Pesquisa em Arte, Educação e Imagens – ARTEI. <https://orcid.org/0000-0001-8105-1093> Endereço eletrônico: [kaunebernardo@gmail.com](mailto:kaunebernardo@gmail.com)

<sup>3</sup> Professor pelo Departamento de Teoria e Prática da Universidade Estadual de Maringá – UEM. Doutor em Educação pela UEM e coordenador do Grupo de Pesquisa em Arte, Educação e Imagens – ARTEI. <https://orcid.org/0000-0001-8752-244X> Endereço eletrônico: [jpbaliscei@uem.com](mailto:jpbaliscei@uem.com)



organized in two moments for the introduction and considerations: first, a theoretical presentation of two Studies of Visual Culture; and second, an analysis of 5 groups of memes disclosed by the candidates and/or by their supporters.

**Keywords:** Visual Culture; Gender; Politic; Memes; Masculinities.

## RESUMEN

A través de imágenes compartidas en las elecciones, por los candidatos y sus simpatizantes, motivamos a pensar sobre la cultura visual de este contexto y cuáles son las pedagogías presentes en ellas. En este artículo entendemos que estas pedagogías tratan de enseñar, directa o indirectamente, cómo debe comportarse un candidato, en función de su género. Más finalmente, ¿cómo se califica a un candidato dentro de esta cultura? Para responder a esta pregunta, tenemos como objetivo, aquí, analizar los memes divulgados en las redes sociales de los candidatos a la presidencia de la República de Brasil, con énfasis en los dos con mayor intención de voto según la investigación: Jair Messias Bolsonaro y Luís Inácio Lula da Silva. Para ello, elaboramos una investigación basada en dos Estudios de Género y Estudios de Cultura Visual, organizados en dos momentos para la introducción y consideraciones: primero, una presentación teórica de dos Estudios de Cultura Visual; y segundo, un análisis de 5 grupos de memes divulgados por los candidatos y/o por sus simpatizantes.

**Palabras clave:** Cultura Visual; Género; Política; Memes; Masculinidades.

## Introdução

Como Putin converteu Rússia em “potência masculina mundial” e inspirou líderes como Trump e Bolsonaro (BBC NEWS, fevereiro, 2022)<sup>4</sup>

Quando tratamos sobre masculinidades e feminilidades, deparamo-nos com um longo histórico de pautas normativas para discorrer. Desde o início dos registros de civilizações no planeta Terra, temos sinais dos lugares sociais que cada gênero ocupava e que ainda ocupa. Em algumas culturas, assim como ocorre nas sociedades contemporâneas ocidentais e capitalistas, de modo geral, temos, tradicionalmente, convivido em e sob uma lógica androcêntrica – onde se assume o masculino como um modelo de representação coletiva. Isso fica evidente, por exemplo, quando, no senso comum e mesmo em espaços formais e institucionalizados como a academia, referimo-nos a um grupo composto de mulheres e homens usando o pronome “eles” (no masculino) e não “eles e elas” ou mesmo “elas” (no feminino). Conforme aponta Marina Subirats (2013) em *“Forjar un hombre, moldear una mujer”*, desde a primeira infância, os sujeitos são levados a olhar o mundo a partir do ponto de vista masculino. De acordo com a autora, para além da educação formal que a criança

<sup>4</sup> Notícia disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-60386399>. Acesso em mar. de 2022.



recebe na escola, também lhe é ensinado, de maneira informal, como deve se comportar de acordo com o gênero que lhe fora atribuído. Subirats (2013) demonstra isso através de estudos produzidos na Espanha, os quais quantificam, através de tabelas, os números de diversas violências exercidas entre estudantes.

As imagens, o currículo e as tradições estabelecidas nos espaços educativos, dentre eles os escolares, auxiliam na criação de imaginários sociais que apontam comportamentos e performances adequadas e inadequadas para meninas e meninos. Em outro estudo nosso, por exemplo, chamamos atenção para a cultura visual endereçada às infâncias e para a generificação que subjaz a criação e distribuição de artefatos como roupas, brinquedos e filmes, na intenção de produzir masculinidades e feminilidades de modos opostos. No texto “A animação *Float* (2019) e expressões de gênero e sexualidade na infância: ‘me deixe voar’ como metáfora para ‘Me deixe ser LGBTQIA+’” (BERNARDO; BALISCEI, 2022), debruçamo-nos sobre um curta metragem, analisando o comportamento de um pai e de demais adultos/as, ao perceber a diferença e excepcionalidade que a criança protagonista manifestava em relação às demais.

Para dos aprendizados oportunizados por instituições com compromissos evidentemente educativos, como escolas e artefatos endereçados às crianças, sublinhamos, neste artigo, outros, promovidos, em âmbitos políticos, como exemplificado na epígrafe deste artigo. Ela se refere ao atual presidente da Rússia, Vladimir Putin (1952--), quem assumiu o poder do país em 1990 e quem, a partir daí, investiu na criação de uma imagem “masculinizada” de seu governo. Com isso, Putin criou uma autoimagem de um homem forte que “cuidaria” de seu país. Durante todos esses anos em que esteve no poder, Putin, já divulgou fotografias - algumas organizadas, outras não – que o apresentavam como sujeito masculino, por exemplo, andando a cavalo sem camisa, pescando, nadando, acariciando onças e, até mesmo, apagando incêndios, como indicamos na Figura 1.

Nas fotografias selecionadas observamos a imagem estereotipada de masculinidade a qual temos denunciado até aqui. Em três delas, o presidente posa sem camisa. Em primeira, oferece comida a um cavalo, na segunda, exhibe o peixe que pescou, e na terceira atravessa um rio a nado. Na outra imagem que se difere dessas, a princípio, poderíamos localizar certa fragilidade no corpo do presidente já que ele se apresenta vestido e sentado, quieto e fazendo



carinho em um animal, indicando, inclusive, certa amabilidade. Contudo, essa ideia pode ser colocada em xeque quando notamos que o bicho agraciado se trata de um animal selvagem, uma onça pintada. Essa informação modifica a análise visual feita da fotografia e sobretudo de Putin, que de homem sensível e afetuoso passa a ser percebido como corajoso e domesticador.

Figura 1 – Masculinidade estereotipada de Putin.



Fonte: imagens retiradas da *web*. 2022. Montagem e edição nossas.

Para além dessas imagens, são relevantes, para essa discussão, os presentes eróticos exibidos por Putin em seus aniversários, como indica a notícia que fora trazida na epígrafe deste artigo. Em um desses eventos, como em 2011, mulheres estudantes de jornalismo da Universidade de Moscou estrelaram um calendário de fotos e frases eróticos e dedicaram ele ao presidente em comemoração ao aniversário dele. Com esses exemplos, destacamos a existência de uma cultura visual “masculinizante” que, de maneiras pedagógicas e educativas, trabalha a favor do sujeito representado e que lhe é cúmplice na intenção de criar, nas pessoas, a sensação de que ele corresponde ao ideal de masculinidade valorizado pelo androcentrismo.



Enquanto a Rússia se exhibe como potência masculina e androcêntrica, evidencia a indiferença e a opressão reservadas às mulheres. O fato de a Rússia ser um país androcêntrico guarda relações diretas com os investimentos em se apresentar como “tradicionalista”, o que é evidente, por exemplo, quando sanciona leis onde não são consideradas como violência doméstica as agressões que deixam “apenas” marcas superficiais nos corpos das mulheres vítimas de homens; quando não garante direitos às mulheres, quando se divorciam; ou, ainda, quando impede que circule nas mídias aquilo que o governo denomina como “propaganda de homossexualidade”, como indica a notícia “Como é ser mulher na Rússia? Três russas debatem temas como homossexualidade, violência doméstica e mais no país da Copa”<sup>5</sup>.

Um exemplo atual e evidente dessa cultura androcêntrica pautada em uma masculinidade violenta é o cenário de guerra que vem se desenrolando há anos no país e que, agora, em 2022, tem se alastrado. Isso aconteceu quando Putin ordenou ataques contra a Ucrânia, passando a ideia e o medo de uma possível terceira guerra mundial, como vemos na notícia “Rússia alerta para risco 'real' de uma Terceira Guerra Mundial pela Ucrânia”<sup>6</sup>, divulgada em abril de 2022. As guerras, como tantas outras ações de violência, de colonização e de disputa pelo poder, são práticas frequente cultivadas em e por culturas androcêntricas. Em “Diante da dor dos outros”, Susan Sontag (2003, p.11), semelhantemente, destaca “[...] o fato de que a guerra é um jogo de homens – que a máquina de matar tem um gênero, e ele é masculino”. Concordamos com a defesa da autora de que essa não é só uma prática predominantemente masculina, mas que também atende aos interesses androcêntricos que privilegiam os próprios homens.

Para além das perspectivas políticas, midiáticas e científico-acadêmicas, esse tema tem sido abordado, também, pelos vieses da arte e da cultura visual. O artista brasileiro, Rodrigo Pedro Casteleira (@pccasteleira<sup>7</sup>), por exemplo, ironiza, em diversas de suas produções, as armas e demais artefatos bélicos, muito utilizados como símbolos de masculinidade e virilidade. Em suas produções, o artista evidencia não só as semelhanças estéticas e

<sup>5</sup> Notícia disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/noticia/2018/06/como-e-ser-mulher-na-russia-tres-russas-debatem-temas-como-homossexualidade-violencia-domestica-e-mais-no-pais-da-copa-cjpi6ldy00gd8icn0hkjlplu.html>. Acesso em mar. de 2022.

<sup>6</sup> Notícia disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2022/04/26/interna\\_internacional,1362300/russia-alerta-para-risco-real-de-uma-terceira-guerra-mundial-pela-ucrania.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2022/04/26/interna_internacional,1362300/russia-alerta-para-risco-real-de-uma-terceira-guerra-mundial-pela-ucrania.shtml). Acesso em maio de 2022.

<sup>7</sup> <https://www.instagram.com/pccasteleira/>

formalistas que tais artefatos guardam com o falo, mas também as relações simbólicas que mísseis, armas de fogo e tanques de guerra guardam com os interesses da masculinidade estereotipada, como representamos na Figura 2.

Figura 2 – Produções de Rodrigo Pedro Casteleira



Fonte: produções artísticas de PC Casteleira. Disponíveis em: <https://www.instagram.com/pccasteleira/>. Acesso em maio de 2022.

Em especial, uma das produções de Casteleira é composta pela imagem de um soldado russo que viralizou na internet após tirar uma *selfie* no momento em que mísseis russos eram disparados contra a Ucrânia em alvos supostamente civis<sup>8</sup>. Na imagem o aparentemente jovem soldado sorri enquanto, ao fundo, os mísseis são disparados contra a população ucraniana. Para nós, esse registro, como artefato da cultura visual contemporânea, é, também, sintoma de uma cultura masculina que passa a barreira da desumanização de uma população e demonstra como a guerra, sobretudo como demonstração de força e poder, é um valor celebrado por e entre sociedades androcêntricas. Valor esse que faz com que uma população cometa atrocidades contra outras para exercer dominação; que possibilita que exiba poder

<sup>8</sup> [https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2022/02/25/interna\\_internacional,1348296/soldado-russo-faz-selfie-enquanto-misseis-sao-disparados-na-ucrania-veja.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2022/02/25/interna_internacional,1348296/soldado-russo-faz-selfie-enquanto-misseis-sao-disparados-na-ucrania-veja.shtml)



armamentista e capacidade de matar e, ainda assim, disponha de orgulho e sadismo para registrar seus feitos em uma *selfie* sorridente.

Figura 3 – *Self* de soldado russo



Fonte: *selfie* de soldado russo e produção artística de PC Casteleira.  
Imagens retiradas da *web*. 2022. Montagem e edição nossas.

Ainda que, nesta introdução, tenhamos dado ênfase ao contexto russo contemporâneo e a uma pesquisa que indica aprendizagens de gênero em escolas espanholas, infelizmente, essa não é uma realidade exclusiva da Europa e tampouco desses dois países. O pensamento androcêntrico evidente nesses dois contextos distintos é, também, reproduzido, imitado e modificado em países outros, dentre eles, o Brasil. Nesse caso, importa-nos, também, sinalizar que as imagens têm sido protagonistas em promover aprendizados. Em novembro de 2020, por exemplo, o atual presidente brasileiro, Jair Messias Bolsonaro (1955--), divulgou um vídeo em que, durante uma reunião, Putin o elogiava por ter “as melhores qualidades

masculinas”. Nesse caso, conforme indica a reportagem intitulada “Bolsonaro publica vídeo em que recebe elogios de Putin por ‘qualidades masculinas’”<sup>9</sup>, os elogios feitos pelo presidente russo ao brasileiro se relacionavam ao fato de o segundo estar enfrentando, com coragem, as complicações advindas da pandemia da Covid-19. Elogio esse que nos soa incoerente e descabido, já que, até abril de 2022, o Brasil acumulava mais de 653 mil casos de óbito pelo vírus, como indica o Painel de Controle<sup>10</sup> da pandemia. Ademais, como registrado pelo *site* de notícias do Senado em uma matéria intitulada “Brasil poderia ter sido primeiro do mundo a vacinar, afirma Dimas Covas à CPI”<sup>11</sup>, sob o governo bolsonarista, o Brasil só iniciou a vacinação contra a Covid-19 em janeiro de 2021, mesmo tendo a chance de ser o primeiro país a iniciá-la, seis meses antes.

Levando essas notícias em consideração, ressaltamos a cultura visual disseminada por esse tipo de ações, identificando os aspectos pedagógicos e políticos das imagens. Ao elogiar Bolsonaro, Putin demonstra que considera a imagem dele semelhante à sua, já que ambos divulgam (ou tentam divulgar) um imaginário de masculinidade que demonstra como um homem deve se portar. Nesse caso, o discurso investe na compreensão de que ambos os presidentes seriam homens bons e confiáveis por se comportarem conforme às diretrizes de masculinidade, as quais eles mesmos prestam manutenção. Também podemos ver exemplos dessas tentativas de criação de um imaginário masculino, na cultura visual brasileira elaborada em tempos de pandemia da Covid-19. Como exemplifica João Paulo Baliscai em seu livro “Não se nasce azul ou rosa, torna-se: Cultura Visual, gênero e infâncias” (2021), durante debates políticos indiretos entre o atual presidente Bolsonaro e o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (1945--), fora criada uma nova imagem do Zé Gotinha - personagem mascote das campanhas de vacinação brasileiras. Essa nova imagem do personagem, divulgada por meio das redes sociais do deputado federal Eduardo Bolsonaro (1986--) – filho do atual presidente – mostra um Zé Gotinha trajado com uma capa de herói estampada pela

<sup>9</sup> Notícia disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2020/11/bolsonaro-publica-video-em-que-recebe-elogios-de-putin-por-qualidades-masculinas.shtml>. Acesso em mar. de 2022.

<sup>10</sup> Site do governo federal brasileiro criado no intuito de transmitir informações atualizadas sobre a pandemia. Disponível em <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em abr. de 2022.

<sup>11</sup> Notícia disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/05/27/brasil-poderia-ter-sido-primeiro-do-mundo-a-vacinar-afirma-dimas-covas-a-cpi>. Acesso em mar. de 2022.





bandeira brasileira e “armado” com uma vacina. No *post*, de março de 2021, Eduardo Bolsonaro afirma que “Nossa arma é a vacina!”, fazendo apologia a campanhas em prol da liberação do porte de arma, apoiadas por seu pai e por ele. Sob essa cultura visual, o deputado manifesta o aceite da vacinação contra à Covid-19 a seu modo, criando, como destaca Baliscei (2021), uma estética masculinizante. Depois de muito defender a chamada imunidade de rebanho, ao aceitar a vacinação da população, Eduardo tenta passar uma imagem masculinizada desse cuidado e, a partir de estereótipos sobre o que significa ser masculino, afirmar que homens podem se vacinar - afastando o personagem Zé Gotinha da concepção de fragilidade e infância que tinha até então e conferindo-lhe outros atributos, como coragem, força e liderança.

Nos últimos ano, os investimentos em uma estética masculinizante, que tem a arma, a capa e a bandeira, por exemplo, como símbolos intermediários de masculinidade, não tem aparecido apenas no *post* envolvendo o Zé Gotinha armado. A ridicularização e a depreciação da feminilidade em âmbitos que são todos tidos como masculinos (como o adesivo, no carro, e a presidenta, na presidência), infelizmente, não tiveram sua última aparição nos ataques à ex-presidenta Dilma Rousseff (1947--). Avalio que, longe de serem aparições isoladas, essas e outras formas de violência que compõem as visualidades físicas e virtuais das imagens contemporâneas são expressões do que denomino como estéticas masculinizantes, as quais exercem cumplicidade as premissas do governo bolsonarista. (BALISCEI, 2021, p.120)

Mais recentemente, como exemplo dessa cultura visual masculinizante, podemos citar a estratégia política dos discursos sobre a ideia de família. Bolsonaro, meses antes de concorrer a mais uma eleição para a presidência, começou a levar sua esposa, Michelle Bolsonaro (1982--)<sup>12</sup>, para suas viagens políticas, de modo que ela apareça cada vez mais ao seu lado, evidenciando a imagem de um homem hétero, marido e líder familiar. Preza, assim, pelo discurso de que um “homem deve honrar a sua família”, também carregado pelo conceito estereotipado do que é ou não uma configuração familiar e de que ambos, Jair e Michelle, correspondem ao modelo de masculinidade e feminilidade, por exemplo. Investimentos como esse têm sido recorrentes na cultura visual produzida pelo governo federal, como, por exemplo, em 2021, a exposição dos trajes usados por ele e por ela na posse presidencial, em

---

<sup>12</sup> Notícia completa disponível em: <https://oglobo.globo.com/politica/michelle-cola-em-bolsonaro-durante-viagem-ao-rio-grande-do-sul-seis-meses-da-eleicao-25468037>. Acesso em mai. de 2022

janeiro de 2019. Na Figura 4 compartilhamos um registro do casal ao lado dos trajes expostos que indicam concepções específicas de masculinidade e feminilidade, dicotômicas entre si, e, ao lado, uma série de edições feitas e compartilhadas por internautas na intenção de criar uma cultura visual contrária ao governo.

Figura 4 – cultura visual adequada e cultura contrária ao governo



Fonte: imagens retiradas da *web*. 2022. Montagem e edição nossas.

Na primeira imagem, observamos o casal posando ao lado dos trajes em exposição. Os trajes se assemelham aos que estão usando no momento do registro. Em ambos os dias, Bolsonaro usou um terno escuro, com camisa branca, gravata azul e sapatos pretos; e Michelle usou vestidos claros, acinturados, com comprimento abaixo dos joelhos e que deixavam seus ombros a mostra. Também podemos reparar na pose do casal: enquanto ele posa com as pernas abertas e mãos abaixo da barriga, ela permanece com as pernas cruzadas e com as mãos apoiadas na altura da cintura.

As imagens ao lado fazem sátiras da primeira imagem. Nelas as roupas expostas foram modificadas em referência a notícias e escândalos que o casal protagonizava à época. As estampas e cores que remetem à laranja e a figura do cheque remetem ao escândalo envolvendo um esquema de “rachadinhas”, no qual Fabricio Queiroz, ex-assessor de Eduardo Bolsonaro, depositou um cheque de R\$24 mil para a primeira-dama<sup>13</sup>. Para além disso, as montagens evocam uma camisa de força, adereços de palhaço e uniforme de presidiário em tom de humor e denúncia às suspeitas sobre o casal.

<sup>13</sup>Notícia disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/06/18/escandalo-da-rachadinha-teve-origem-em-movimentacao-financeira-de-fabricio-queiroz.ghtml>. Acesso em maio de 2022.



Essa categoria de criação de artefatos da cultura visual, denominada meme, advém da ideia de algo que é replicado e, com a ascensão e popularização da internet, encontrou um lugar no cotidiano de sociedades capitalistas e ocidentais. Essas imagens consistem na divulgação de um pensamento breve, com objetivo de transmitir uma informação concisa de forma rápida, crítica e humorada. Essas são as principais características dos memes. Qualquer imagem digital pode ser replicada, mas para se caracterizar como meme, é necessário que se usufrua do humor, da ironia e da crítica para que esta seja engraçada e bem aceita pelo seu público. Nos dias de hoje, esse tipo de cultura visual é muito utilizado como paródia, brincadeira e até mesmo como *marketing* de empresas na divulgação de produtos e serviços. Sua eficácia e repercussão dependem da interação do próprio público com a imagem e do número de compartilhamentos que é feito dela.

Diante do contexto evidenciado nesta introdução, propomos, como objetivo deste artigo analisar memes afetos à política brasileira e às eleições de 2022, em relação à masculinidade estereotipada. Para alcançá-lo, elaboramos uma pesquisa de cunho bibliográfico e analítico, respaldada nos Estudos da Cultura Visual, e dividida em dois tópicos. No primeiro deles, apresentamos, teórica e metodologicamente, o campo de investigação que tem fundamentado nossos olhares: os Estudos da Cultura Visual. Trata-se de uma espécie de desdobramento teórico dos Estudos Culturais. Nesse tópico, evidenciamos não só os aspectos históricos da institucionalização desse campo como referência teórica, como também, destacamos conceitos e temáticas que são importantes para essa perspectiva. Ressaltamos os aspectos pedagógicos e políticos os Estudos da Cultura Visual atribuem às imagens, para além do caráter estético, formal e de entretenimento que também é característico delas.

No segundo, analisamos 5 agrupamentos de memes que articulam significados acerca de política nacional, campanha para a presidência e masculinidades. Para tanto, priorizados imagens que exibem como protagonistas os dois candidatos com maior expressão de votos, segundo pesquisas e mídias nacionais: Jair Messias Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva. Como critério para a seleção das imagens, elegemos aquelas: a) caracterizadas como memes; b) postadas nos/pelos perfis oficiais dos presidentiáveis ou compartilhadas entre os/as



eleitores/as e opositores/as, a fim de criticá-los ou elogiá-los; c) e articuladas à noção de masculinidade estereotipada e/ou de projeto de masculinização.

### 1. Os Estudos da Cultura Visual: um caminho metodológico

As imagens são produzidas desde os primórdios da existência humana. Cada civilização, cada sociedade, em cada época, usufruiu (e ainda usufrui) dessa condição de produtora (e consumidora) de imagens de maneiras diferentes. Fosse nas cavernas, onde as imagens eram produzidas e abordadas de formas ritualísticas e místicas ou no advento da burguesia europeia, no século XI, quando o acesso à arte fora tomado como uma forma de ascensão social, as imagens estavam (e ainda estão) presentes. Levando isso em conta, podemos notar a importância de conhecer e de se aprofundar em um campo que se dedica, em âmbito acadêmico e científico, a estudar as culturas visuais decorrentes das sociedades e a investigar suas implicações para o desenvolvimento de identidades e diferenças. Aqui, referimo-nos aos Estudos da Cultura Visual.

Durante séculos, sobretudo, por questões culturais e econômicas, as sociedades ocidentais têm alimentado um binarismo que declara e divide, nitidamente, o que é considerado “alta cultura” e “baixa cultura”. Essa divisão dicotômica e hierárquica contribui para que pessoas e instituições se voltem a determinadas culturas, legitimando-as como “verdadeiras” e as “corretas”, ao passo que marginalizam outras, considerando-as como “desviantes” e “inferiores”. No século XX, porém, essa situação recebeu uma perspectiva de mudança com o advento dos Estudos Culturais, durante o pós-modernismo. Como explica Luciana Borre (2010) em “As Imagens que invadem as salas de aula: Reflexões sobre Cultura Visual”, foi o britânico Richard Hoggart (1918-2014), em 1964 na Universidade de Birmingham, na Inglaterra, quem procurou iniciar as discussões acadêmicas, sobre aquilo que, até então, fora chamado de “baixa cultura”. Essas discussões, segundo a autora, iniciaram-se a partir de temáticas em torno de racismo e hegemonia cultural, contudo, conforme o crescimento e a popularidade dos movimentos feministas, as reflexões desenvolvidas no bojo dos Estudos Culturais também começaram a abordar noções de subjetividades, política, gênero, sexualidade, etnia e pós-colonialismo.



Dessa forma, ainda de acordo com Borre (2010), os Estudos Culturais passaram a incluir, em suas pesquisas e debates, questões afetas às raças e etnias, classes, gêneros, sexualidades, religiões, faixas etárias e corpos, argumentando que o binarismo que distinguia as culturas e que as hierarquizavam - classificando-as como “alta” *versus* “baixa”, ou “erudita” *versus* “popular” - promovia e intensificava as desigualdades. Assim, desde meados do século XX, esse campo de investigação tem destacado a necessidade do desenvolvimento de estudos culturais no plural, identificando as culturas sem classificá-las como superiores ou inferiores.

As discussões propostas pelos Estudos Culturais correspondem a um campo de “luta” e de questionamentos intensos. Procuram, de forma bastante especial, falar sobre as expressões culturais marginais (aquelas que estão fora das discussões acadêmicas) e sobre os grupos minoritários com representações pouco ou não legitimadas. Esses estudos assumiram a cultura considerada inferior e de massa. Buscavam as manifestações culturais daqueles que eram vistos como portadores de expressões não dignas de serem estudadas anteriormente e, por isso, não presentes nas reflexões acadêmicas. Sendo assim, os Estudos Culturais queriam falar sobre aqueles que, supostamente, ainda deveriam adequar-se à cultura hegemônica para obter legitimação (BORRE, 2010, p.22-23).

Considerando esse histórico de marginalização dos indivíduos que não faziam parte da cultura que era considerada “superior” às demais, os Estudos Culturais se mostraram, desde então, importantes para que exercitemos o senso crítico através da formulação de vários “porquês”. Dessa forma, adeptos/as a esse referencial teórico, outros/as pesquisadores/as puderam reclamar por respeito, legitimação, valorização e visibilidade de pesquisas acadêmicas que abordassem culturas prejudicadas pela hierarquização proposta e defendida pelos grupos hegemônicos. Exemplo disso são os Estudos da Cultura Visual - um campo decorrente dos Estudos Culturais, o qual vem buscando maneiras críticas de se trabalhar com aquilo que, de modo geral, é denominado como leitura de imagens, mas que, para esse campo, assume outras nomenclaturas, como investigação ou mesmo análise de imagens.

De acordo com Fernando Hernández, em “Catadores da Cultura Visual: proposta para uma nova narrativa educacional” (2007), a visão e a visualidade se mostram como partes importantes das sociedades contemporâneas, justamente porque as imagens fazem parte de, possivelmente, todos os ambientes sociais. As imagens não só “existem” como aparecem de diversas maneiras e em grandes quantidades, orientando os sujeitos em suas práticas sociais.

Elas também estão presentes nos lares, nas salas de aula, nas mídias, nas estampas, nos brinquedos, nos *outdoors*, em espaços públicos, privados, religiosos e assim por diante. Isso faz com que o autor, assim como outros/as adeptos/as aos Estudos da Cultura Visual, argumente que é necessário que saibamos interpretar tais artefatos visuais para que não sejamos “analfabetos/as visuais”.

Hernández (2007) trabalha esse argumento demonstrando como, ao longo da história, foram criadas as “narrativas” que, de acordo com ele, são formas de estabelecer como e o que deve ser pensado e como devem ser vividas as experiências da vida humana. Estereótipos do que um homem e uma mulher devem/podem ou não fazer são exemplos disso.

O principal problema que hoje enfrentam nossas escolas e universidades é a narrativa dominante sobre a educação na qual se inserem a sua dificuldade em mudá-la. As narrativas são formas de estabelecer a maneira como há de ser pensada e vivida a experiência. Uma forma de narrativa muito poderosa no terreno educativo é aquela que tende à naturalização: “As coisas são como são e não podem ser pensadas de outra maneira” (HERNÁNDEZ, 2007, p.11).

Narrativas como essa exemplificada pelo autor, de tão repetidas e aceitas, passam por um processo de naturalização, definindo-as “regras” inquestionáveis e, logo, aquilo que destoa delas ou que lhes propõe alternativas é considerado “desvio”. Esse funcionamento pode ser utilizado contra a população no geral, com destaque aos sujeitos que já são marginalizados, tendo em vista – para usar uma expressão do autor - um grande número de analfabetos/as visuais. Em um mundo que é cada vez mais visual, aqueles/as que não discordam, problematizam e tampouco se perguntam sobre os significados das imagens, em tese, podem não perceber a maneira como os grupos hegemônicos recorrem ao domínio visual para produzir significados sobre si e sobre outros grupos, possivelmente, inferiorizando-os.

Vemos alertas disso ao longo de toda história, em específico, por exemplo, quando um governo utiliza da produção de imagens para instaurar um sentimento na população, conseguir seu apoio, ou mesmo incitar uma guerra, como ocorreu no nazismo alemão, quando a elaboração de cartazes, esculturas, arquiteturas, cinema e monumentos foram não só incentivadas como também custeadas pelo governo da época para reforçar a ideologia que lhe favorecia. Não por acaso, em contextos de guerras, uma das estratégias utilizadas por





governos totalitários é censurar, se não destruir, os meios de comunicação de massa. E também, não por acaso, após guerras, é comum que se crie um sentimento de adoração pela parte “vitoriosa”, como foi o caso dos Estados Unidos América – EUA após a Guerra Fria que, através das imagens (principalmente a cinematográfica), engendrou a narrativa de “país da liberdade” não só para a população estadunidense, como também ao redor de grande parte do mundo.

Mais próximo à realidade contemporânea brasileira, podemos somar a esses casos os acontecimentos das últimas eleições para presidente, quando, em diversos países ao redor do mundo, inclusive no Brasil, houve a disseminação de notícias falsas, utilizando-se da criação e circulação de imagens para o fortalecimento de campanhas eleitorais – estratégia essa que, em muitos casos, mostrou-se eficiente no alcance de seus objetivos, apesar de repudiáveis.

Apesar de as imagens serem usadas como meio de manipulação de massa, como explica Baliscei (2020), os Estudos da Cultura Visual levam em conta não só a intencionalidade delas, mas, também, os significados criados por quem as visualiza. Em outras palavras, para esse campo de investigação, o sujeito que se relaciona com as imagens não é passivo e, por isso, é necessário, na educação, o desenvolvimento de práticas de análise de imagens mais questionadoras. Em “PROVOQUE: Cultura Visual, Masculinidades e ensino de Artes Visuais”, BALISCEI (2020, p. 47) explica que os Estudos da Cultura Visual “[...] têm como característica a problematização e a (des)construção das visualidades cotidianas e fomenta discussões para o desequilíbrio das certezas e verdades ‘absolutas’ sobre Cultura, Arte e Educação”. Isso se faz semelhante à defesa de Hernández (2007) que, pensando no ensino das artes, destaca a necessidade de atualizar os saberes e tradições que, historicamente, têm sido valorizados no campo educacional e, mais específico, na educação escolar.

Os Estudos da Cultura Visual, mais uma vez, se mostram como um importante meio para alcançar esses objetivos. Como Baliscei (2021, p.144) explica “Esse campo de investigação se propõe a analisar artefatos culturais em suas visualidades e a problematizar os referenciais que eles oferecem para a constituição das identidades culturais dos indivíduos”. A partir dos autores, então, propomos que para se ensinar a olhar as imagens, fazem-se necessárias ações pedagógicas mais criativas e inventivas e que, sobretudo, contemple a cultura visual a qual a população tem acesso. Dentre as imagens que integram a cultura visual

contemporânea brasileira, tendo em vista o tratamento que atribuímos desde a introdução deste artigo, interessa-nos aquelas que têm sido elaboradas com intenções políticas e que, a partir dos Estudos da Cultura Visual, podem ser consideradas artificiais, no sentido de serem forjadas a fim de propiciar leituras e significados específicos. A partir desse interesse, chegamos à análise dos memes.

## 2. Memes: uma contextualização histórica

Algo muito corriqueiro nos dias de hoje são as imagens que circulam a internet satirizando situações e episódios, como aquela mencionada neste texto na figura 4, em que zombam dos trajes do atual presidente e da atual primeira dama, modificando-os em edições caseiras e vulgares. Essas imagens cômicas são denominadas como *memes* – termo que exprime a ideia de algo que é reproduzido repetidas vezes a ponto de dificultar ou mesmo impossibilitar a identificação de sua autoria e origem. Nas redes sociais, espaço virtual de circulação dessas e outras imagens, recorreremos ao verbo “compartilhar” para se referir à disseminação e troca desses artefatos. A palavra meme em si é de origem grega e significa imitação.

Compartilhar memes implica a divulgação de um pensamento breve, com objetivo de transmitir uma informação concisa de forma rápida, crítica e humorada. De modo geral, qualquer imagem digital pode ser replicada e compartilhada nas redes, mas para que ela seja caracterizada como meme é necessário que ela recorra ao humor, à ironia e à crítica e, sobretudo, que seja bem aceita pelo público. Nos dias de hoje, esse tipo de cultura visual é muito utilizado como paródia, brincadeira e até mesmo como *marketing* de empresas na divulgação de produtos e serviços. Sua eficácia e repercussão dependem da interação do próprio público com a imagem e do número de compartilhamentos que é feito dela.

O conceito de meme como algo replicável foi criado pelo zoólogo e escritor britânico Richard Dawkins (1941--), em 1976, em seu livro *O Gene Egoísta* (1976). No livro, como indica a coluna “A história dos memes: como tudo começou?”<sup>14</sup> Dawkins escreve que, assim como o gene, o meme é uma unidade de informação com capacidade de se multiplicar, através

<sup>14</sup> Texto disponível em: <https://frigideira.aiqfome.com/historia-dos-memes/>. Acesso em 22 de jun. de 2022.

das ideias e informações que compartilhamos em sociedade. Ainda que o humor seja uma das principais características do meme, esse artefato tem sido bastante relacionado com temas que em outras épocas foram reservados à esfera do intelectual, do acadêmico e mesmo do sagrado - como religião, morte, economia, sexualidade e política.

Exemplo disso, são os 5 agrupamentos de memes que selecionamos para análise neste artigo e que, em comum, versam sobre as *performances* de masculinidades assumidas pelos dois principais candidatos à presidência do Brasil, Jair Messias Bolsonaro e Luís Inácio Lula da Silva. Destacamos aqui que essas imagens foram coletadas a partir dos perfis oficiais de ambos os candidatos, dando preferência para publicações em dias após o lançamento da pré-candidatura dos presidenciáveis. Para além desses, também foram selecionados memes circulados nas redes sociais de votantes, quem fazem repercutir imagens contra e/ou a favor dos candidatos. Como destacamos na introdução, os critérios que escolhemos para a seleção das imagens priorizam aquelas: a) caracterizadas como memes; b) postadas nos/pelos perfis oficiais dos presidenciáveis ou compartilhadas entre os/as eleitores/as e opositores/as, a fim de criticá-los ou elogiá-los; c) e articuladas à noção de masculinidade estereotipada e/ou de projeto de masculinização.

Figura 5 - Uso da masculinidade estereotipada como valor



Fonte: *Frames* de vídeo e foto na praia. Disponível em: <https://www.instagram.com/lulaoficial/>. Acesso em: 30 de jun. de 2022.



No canto esquerdo, em uma sequência de *frames* de um vídeo publicado em seu perfil, Lula aparece na academia, realizando exercícios físicos com diferentes tipos de pesos. Na legenda dessa publicação, além de desejar um “bom dia” a seus/suas seguidores/as e comentar sobre a disposição do candidato, é destacado que, à época, faltavam apenas 96 dias para a eleição que Lula pretende ganhar. Nesse caso, analisamos que as imagens e o exercício em si não guardam relações diretas com as propostas do candidato para a presidência, mas sim tratam o assunto com humor, indicando certa preparação, saúde e disposição de Lula. Na outra postagem, à direita da figura, Lula fez uso de uma série fotográfica de si mesmo que repercutiu como meme entre os/as internautas recentemente. Nela, ele aparece sem camisa, no mar, nadando. À fotografia fora acrescentada a expressão “de alma lavada”, em um trocadilho que se referia, primeiro, ao banho de mar; e segundo, à tranquilidade advinda do reconhecimento da Organização das Nações Unidas (ONU), que, à época, reconheceu que Lula era “[...] vítima de julgamento parcial e [que] teve direitos violados”, referindo-se à sua condenação em 2017.

Em análise de ambos os memes, destacamos a semelhança que eles guardam com a cultura visual disseminada por e sobre Putin, a qual masculiniza a imagem de presidente e evidencia, direta ou indiretamente, que, para ser bem sucedido nessa função, é necessário ser forte, bonito e/ou agir de acordo com o que propõe a concepção estereotipada de masculinidade. Segundo essa concepção, o falo não é apenas exaltado entre homens e mulheres, como também é visto como sinônimo de “ser homem”. Sendo os dois principais candidatos homens e sendo, essa, uma sociedade androcêntrica – como temos denunciado desde a introdução - inevitavelmente, as genitálias de Lula e de Bolsonaro foram abordadas em memes que viralizaram entre os/as internautas, em uma espécie de disputa que se pautava em tamanhos e volumes para examinar qual dos dois é “mais homem” e, conseqüentemente, “melhor” candidato à presidência.

Figura 6 - Memes comparando os candidatos



Fonte: Imagens retiradas da *web*. Montagem nossa.

Acesso em: 30 de jun. de 2022.

Os memes reunidos nessa figura fazem referência a outras imagens divulgadas pelos presidencialistas. A primeira, do candidato Lula, ao lado de sua atual esposa, Rosângela da Silva (1966--), conhecida como Janja. Nessa imagem, Janja usa uma camiseta preta estampada com a imagem de Lula, enquanto ele, ao seu lado, está de sunga preta. Os memes criados a partir dessa imagem chamam atenção para a sunga de Lula que, por ser curta e apertada, atribui destaque à sua perna musculosa e ao volume de sua genital. A segunda imagem que contribuiu para a articulação desses memes, refere-se a Bolsonaro quem, durante uma viagem à praia, posou com uma roupa de mergulho de tecido acolchoado e apertado, marcando-lhe a genitália e revelando pouco volume – o que fora associado à vulva, por parte de internautas que lhe prestam oposição.

Podemos perceber aqui detalhes do machismo estruturado em uma sociedade falocêntrica, onde existe a adoração ao falo como sinônimo de masculinidade – assim como na figura anterior – e, onde podemos perceber o uso de atributos e palavras femininas como meio de ridicularização aos homens, como se aspectos femininos ou a feminilidade fossem ofensas a eles. Em *“Hombres de mármol: cógigos de representación y estrategias de poder de la masculinidade”*, José Miguel Cortés (2004) destaca os aspectos falocêntricos de sociedades androcêntricas analisando expressões de arte que, simbólica e explicitamente, valorizam o homem e o masculino em detrimento da mulher e do feminino. Para além de esculturas clássicas, pinturas neoclássicas e personagens advindos das Histórias em Quadrinhos – HQs,

outros artefatos da cultura visual - como a Torre Agbar no âmbito da arquitetura - são mencionadas pelo autor, como indicativos de uma supervalorização de tudo aquilo que é análogo ao falo. No âmbito educativo e escolar a hierarquização entre masculinidade e feminilidade aparece, como destaca Subirats (2013), quando, por exemplo, os meninos demonstram hostilidade aos objetos, brinquedos e cores relacionados à feminilidade, enquanto os demais objetos, relacionados à masculinidade, raramente são renegados.

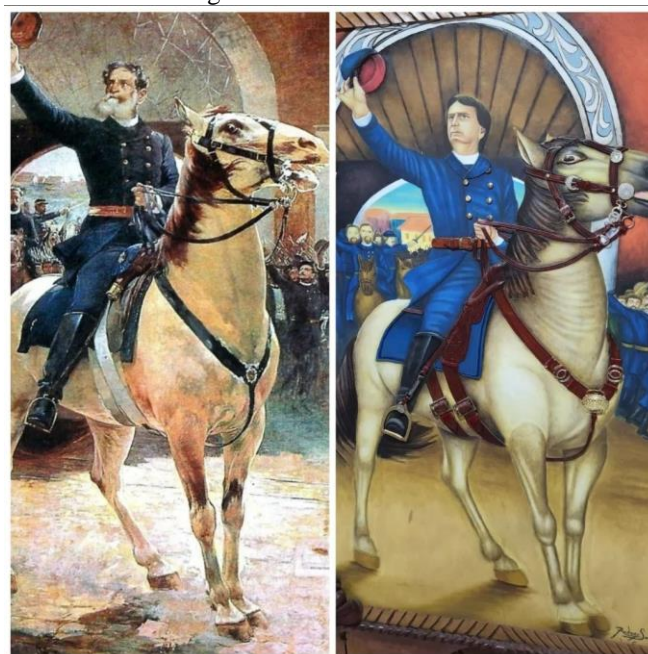
A junção das imagens reunidas na Figura 6 gerou memes, como o primeiro cuja escrita ironiza que a escolha entre os dois candidatos seria “muito difícil”, destacando Lula como um “tripé macroeconômico” e Bolsonaro como “esquemas de rachadinhas”. Aqui, em referência às genitálias, há, novamente, hierarquização do masculino (tripé) sobre o feminino (rachadinha). O segundo meme, semelhantemente, juntou, ficticiamente, fotos do presidente em diferentes redes sociais, reservando um *close* do volume de sua genitália para o *Tinder* - um aplicativo de relacionamentos amorosos e sexuais. Por fim, em análise do terceiro meme, podemos perceber que a cultura visual masculinizante escapa da disputa entre os dois principais candidatos e inclui outros. Nele, recorreram-se à edição de imagens para apresentar Ciro Gomes (1957--) – um dos candidatos à presidência com um número menos expressivo de eleitores/as - observando a coxa e pênis de Lula expostos em uma moldura, indicando que a fotografia seria uma obra de arte.

Nas duas figuras anteriores podemos perceber o uso e referência à masculinidade estereotipada para promover a imagem de Lula, mas não é só esse candidato e/ou seus/as apoiadores/as que fazem uso desse recurso da cultura visual. Recentemente, uma imagem de Bolsonaro repercutiu dentre os/as internautas, sendo que, nela, uma releitura de obra, o atual presidente é representado em posição semelhante à de Deodoro da Fonseca (1827-1892) enquanto protagonizava um golpe na república. A tela original que atribui protagonismo e reverência o primeiro presidente do Brasil foi pintada por Henrique Bernardelli (1857-1936) e mostra Fonseca em primeiro plano, sobre seu cavalo, comemorando um golpe contra a república. Ao fundo, aparecem civis e militares. A tela em questão fora pintada no intuito de disfarçar a baixa popularidade do militar que acabou caindo do poder. Ao tentar recriar essa imagem se colocando como centro pictórico e político no lugar de Fonseca, Bolsonaro não só



demonstra seu apreço por golpes ditatoriais e pelos líderes que o oportunizaram, como também tenta associar sua própria imagem à de outros militares. Com isso, dissemina uma cultura visual estereotipada sobre o homem militar – como sujeito forte, másculo, herói, capaz e sobretudo, adorado pelo povo - e sobre o presidente que ele afirma que o Brasil precisa ter.

Figura 7 - Releitura de obra



Fonte: Imagem retirada da Web.  
Acesso em 2 de jul. de 2022.

Seguindo essa linha de raciocínio, apoiadores/as do então presidente Bolsonaro disseminam memes agrupados a notícias falsas<sup>15</sup> afirmando, por exemplo, que o cantor e artista *drag queen* Pabllo Vittar (1993--) estaria “grávida” de Lula. Depois da repercussão de imagens como essas, iniciou-se, por parte da esquerda, um movimento de ironização e apropriação das notícias falsas sobre o candidato Lula e o artista Pabllo Vittar, intensificando a divulgação da notícia para outros âmbitos visuais. Em uma dessas reações, por exemplo, uma confeitaria produziu um bolo sobre encomenda, com a ilustração de Lula e Vittar reincidindo sobre a relação e a gravidez<sup>16</sup>.

<sup>15</sup> <https://gay.blog.br/noticias/e-falso-que-pabllo-vittar-esteja-gravida-de-lula/>

<sup>16</sup> <https://www.metropoles.com/brasil/confeitaria-viraliza-com-bolo-de-pabllo-vittar-gravida-de-lula>

Figura 8 - Pablo gravida de Lula



Fonte: Fonte: Imagens retiradas da Web. Montagem nossa.  
Acesso em 30 de jun. de 2022.

## Conclusões

Nesta pesquisa, debruçamo-nos sobre os Estudos da Cultura Visual e sobre os Estudos de Gênero para investigar os padrões de normalidade de gênero presentes em sociedades contemporâneas ocidentais. Ao delimitarmos quais são os trejeitos, comportamentos e estilos de vida exigidos das pessoas a partir da descoberta de seu sexo biológico, problematizamos o modo como esse ideal normativo tem sido utilizado em campanhas políticas, de modo a ressaltar ideias sobre quais deveriam ser as qualificações exigidas para os/as candidatos/as eleitos/as a partir de seu gênero.



Para desenvolvermos essa problematização, analisamos 5 agrupamentos de memes divulgados nas redes sociais de candidatos e seus/as apoiadores/as. Para afunilar, priorizamos a cultura visual atrelada aos dois candidatos que, de acordo com pesquisas, detêm mais intenção de votos para o cargo de presidente da República do Brasil – Jair Messias Bolsonaro, atual presidente eleito, e Luís Inácio Lula da Silva, ex-presidente eleito. Para que esse desenvolvimento fosse possível, organizamos este artigo em dois momentos para além da introdução e destas considerações, sendo que, no primeiro deles, abordamos aspectos históricos para explicar como os Estudos da Cultura Visual se lançam no campo teórico-científico e quais foram suas premissas iniciais. Além disso, debruçamo-nos sobre conceitos oriundos desse campo de investigação - tais como o das narrativas que foram criadas ao longo da história e tomadas como “certezas”, como algo que “é do jeito que é” e não deve ou não pode ser mudado. Abordamos, também, a área dos Estudos de Gênero para dialogar sobre as referências acerca de “normalidade” que têm sido distribuídas pelas sociedades contemporâneas ocidentais. Identificamos, junto a autores/as da área, que o “normal” tem sido relacionado ao masculino, à raça branca, à jovialidade, à heterossexualidade, à cisgeneridade e às religiões cristã, dentre outros marcadores identitários. Por fim, chamamos atenção para aquilo que, entre conservadores/as, denomina-se como “ideologia de gênero”, apontando para suas contradições e, a partir dele, observamos como se dá a relação entre as normas de gênero e os corpos que a desobedecem.

A partir do PROVOQUE, um conjunto de procedimentos fundamentados nos Estudos da Cultura Visual, que analisamos, no segundo momento do desenvolvimento deste artigo, agrupamento de memes. Nesse tópico, evidenciamos que apesar das polarizações ideológicas e políticas que os dois candidatos apresentam em suas campanhas, em comum, ambos recorrem à hierarquização do masculino sobre o feminino, seja quando reconhecem suas habilidades ou quando desqualificam a competência de seu opositor. Nesses casos, recorrem, respectivamente, à masculinidade e à feminilidade.



## Referências

BERNARDO, Kauane; BALISCEI, João Paulo. A animação Float (2019) e expressões de gênero e sexualidade na infância: “me deixe voar” como metáfora para “Me deixe ser LGBTTTQIA+”. **Revista Práticas de Linguagem**, Juiz de Fora, v.1, n.11, 2022, p.204-221. Disponível em: <<https://periodicos.ufjf.br/index.php/praticasdelinguagem/article/view/37008>>. Acesso em 04 nov. 2022.

BALISCEI. **Provoque**: cultura visual, masculinidades e ensino de artes visuais. Rio de Janeiro: Metanoia, 2020.

BALISCEI. **Não se nasce azul ou rosa, torna-se**: Cultura Visual, Gênero e Infâncias. Salvador: Editora Devires, 2021.

BORRE, Luciana. **As Imagens que invadem as salas de aula**: reflexões sobre cultura visual / Luciana Borre - Aparecida, SP; Idéias Et Letras, 2010.

CORTÉS, José Miguel. **Hombres de mármol**: códigos de representación y estratégias de poder de la masculinidade. Barcelona: Editorial EGALES, 2004.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular**. Brasília, 2018.

HERNÁNDEZ, Fernando. **Catadores da cultura visual**: transformando fragmentos em nova narrativa educacional. Porto Alegre: Mediação, 2007.

LOURO, Guacira Lopes. Corpos que escapam. **Estudos feministas**. Brasília, n. 4. ago.- dez. de 2003. Disponível em <http://www.unb.br/ih/his/gefem>. Acesso em fev. 2021.

PRECIADO, Paul. Quem defende a criança queer? **Revista Jangada**, Viçosa, n. 1, 2013, p.96-99. Disponível em: <<https://www.revistajangada.ufv.br/Jangada/article/view/17/2>>. Acesso em: 25 abr. 2021.

SONTAG, Susan. **Diante da dor dos outros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Este trabalho está licenciado com uma Licença [Creative Commons - Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Artigo recebido para publicação em:** 02 de setembro de 2022.

**Artigo aprovado para publicação em:** 05 de dezembro de 2022.