

**“DE OBJETO A SUJEITO”: O PODER DA ESCRITA PARA TRANSGREDIR  
O PATRIARCADO**

CAPELETTO, F.<sup>[1]</sup>; SCHONS, F.<sup>[1]</sup>; REMOS, S.<sup>[1]</sup>; MACIEL, M. A.<sup>[2]</sup>; SILVA,  
I. M. M.<sup>[4]</sup>

Este trabalho se insere em uma gama de oficinas de práticas escriturais propostas e desenvolvidas por docentes e discentes da disciplina Seminários Avançados: Escrita e Subjetivação, do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas (PPGICH) da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) – *Campus Erechim* no segundo semestre de 2023. Com o intuito de trazer à pauta contextos os quais relacionam a escrita – enquanto palavra impressa, veiculada, lida, disseminada e replicada – e a publicização da imagem feminina, ao longo do tempo, associada a situações de alienação e dominação, como também de resistência e subversão, a oficina foi desempenhada a partir de pesquisa em que o *corpus* empírico constituiu-se por meio de busca no *Google*, adotando os descritores *publicidade* e *machismo*, com direcionamento à categoria imagens. Nesse primeiro momento, foram mapeadas 108 imagens publicitárias advindas de diferentes endereços eletrônicos. Acatando-se como critérios de inclusão a delimitação do marco temporal, desde meados do século XX à contemporaneidade, bem como a restrição ao âmbito brasileiro, obteve-se uma significativa redução no quantitativo de dados recuperados, correspondente a 25 *sites*. Quanto aos critérios de exclusão, estabeleceu-se que seriam subtraídas do *corpus* de análise as publicidades que não contemplassem, simultaneamente, linguagem verbal e não-verbal. Esse processo de operacionalização restringiu, após verificação e seleção em cada um dos 25 endereços eletrônicos, a composição do *corpus* de análise constituído por 20 imagens publicitárias que remetem à objetificação do corpo da mulher, à ideia de subserviência feminina em relação ao cônjuge, à banalização das capacidades cognitivas das mulheres, à naturalização da dependência das mulheres em relação aos homens nas esferas jurídica, financeira, intelectual e emocional, à normalização da violência (física, psicológica, moral, sexual e patrimonial) contra as mulheres, entre outros aspectos que reforçam o machismo e seu espectro. Essas vinte imagens foram socializadas previamente (no dia anterior à realização da oficina), via aplicativo de mensagens, com 15 matriculadas/os – dentre as/os quais 13 são mulheres – na disciplina em que a oficina foi realizada. As imagens, tão chocantes quanto nauseantes, foram propulsoras de importantes reflexões verbalizadas, presencialmente, face às problematizações propostas pelas ministrantes da oficina (autoras deste trabalho) em uma dinâmica contínua e coletiva de escuta atenta e sensível, escrita potente e leitura partilhada. A atividade possibilitou depreender que a misoginia, a objetificação, o sexismo e o machismo naturalizados nos anúncios publicitários reforçam o patriarcado, a desigualdade de gênero e todo tipo de exploração, assédio e violação dos direitos das mulheres. Além disso, ao comparar imagens publicitárias de diferentes períodos históricos, foi possível evidenciar indignação e espanto diante de absurdos que, atualmente, seriam intoleráveis, o que reverbera os avanços alcançados pelas lutas feministas. Entretanto, há, ainda, uma série de disparates,

os quais agridem as mulheres, sendo publicizados diariamente. Muitas vezes sutil, o micromachismo – cuja ferida social é macro – que é propagandeado como se fosse bom, bonito, natural e desejável, requer um olhar sensível para ser percebido, escuta atenta e sensível para ser confrontado, leitura partilhada para ser combatido e escrita potente para ser transgredido.

**Palavras-chave:** escuta; feminismo; leitura; machismo; publicidade.

**Área do Conhecimento:** Ciências Humanas

**Origem:** Pesquisa

**Instituição Financiadora/Agradecimentos:** Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)

---

[1] Fabiula Capeletto. Mestra pelo Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas (PPGICH). Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). [fabiulacatiacapeletto@gmail.com](mailto:fabiulacatiacapeletto@gmail.com).

[1] Fernanda Schons. Mestranda no Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas (PPGICH). Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). [fernanda.schons@estudante.uffs.edu.br](mailto:fernanda.schons@estudante.uffs.edu.br).

[1] Silvia Remos. Mestra pelo Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas (PPGICH). Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). [silsalete32@gmail.com](mailto:silsalete32@gmail.com).

[2] Marcela Alvares Maciel. Docente no Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas (PPGICH). Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). [marcela.maciel@uffs.edu.br](mailto:marcela.maciel@uffs.edu.br).

[4] Ivone Maria Mendes Silva. Docente na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). [ivonemmds@gmail.com](mailto:ivonemmds@gmail.com).