

“Com Quantos Kens se faz um Patriarcado?” Masculinidades na Cultura Visual Contemporânea do Filme *Barbie* (2023)¹

“How Many Kens Does It Take to Make a Patriarchy?” Masculinities in Contemporary Visual Culture in the Movie Barbie (2023)

João Paulo Balisnei ²
Universidade Estadual de Maringá

Pedro Henrique Declewa Fernandes³
Universidade Estadual de Maringá

Resumo

Masculinidade é um conceito que se refere a um conjunto de atributos, comportamentos e papéis associados a meninos e homens, e que não necessariamente está relacionado com o sexo biológico deles, mas que foi sendo construído socialmente. Compreende-se que conceito de masculinidade não é estático e que apresenta variações de acordo com o contexto em que ele é lido. Diante disso, a partir dos fundamentos dos Estudos das Masculinidades e dos Estudos da Cultura, argumentamos como a produção hegemônica de um modelo específico de masculinidade, verificado por artefatos culturais e visuais, resulta na produção de um modelo subalterno. Para tanto, objetivamos refletir acerca dos aspectos identitários afetos às masculinidades, a partir da cultura visual contemporânea relacionada ao filme *Barbie* (2023). Analisamos cenas, roupas e falas do filme, dando ênfase à construção do personagem Ken.

Palavras-chave: Imagem; Cultura Visual; Brinquedos; Ken; Barbie.

Abstract

Masculinity is a concept that refers to a set of attributes, behaviors and roles associated with boys and men, and which is not necessarily related to their biological sex, but which has been socially constructed. It is understood that the concept of masculinity is not static and that it presents variations according to the context in which it is read. Given this, based on the foundations of Masculinity Studies and Cultural Studies, we argue how the hegemonic production of a specific model of masculinity, verified by cultural and visual artifacts, results in the production of a subaltern model. To this end, we aim to reflect on the identity aspects related to masculinities, based on contemporary visual culture related to movie Barbie (2023). We analyzed scenes, clothes and lines from the film, emphasizing the construction of the character Ken.

Keywords: Image; Visual Culture; Toys; Ken; Barbie.

¹ Este artigo integra uma pesquisa do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), intitulada “Ken é homem suficiente?": Masculinidades hegemônicas e subalternas na Cultura Visual contemporânea em *Barbie* (2023), com bolsas concedidas pela Fundação Araucária. Vincula-se, ainda, ao Projeto de Pesquisa *Imagens criadas com Imagens: Arte, Educação e Cultura Visual*.

² Doutor em Educação (2018) pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Estadual de Maringá (UEM) com estudos na Facultad de Bellas Artes/ Universitat de Barcelona, Espanha. Mestre em Educação (2014) pela UEM; Especialista em Arte-Educação (2010) e Educação Especial (2011) pelo Instituto de Estudos Avançados e Pós-Graduação; e Graduado em Artes Visuais pelo Centro Universitário de Maringá (2009). Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8752-244X>. E-mail: jpbalisnei@uem.br.

³ Graduado em História pela Universidade Estadual de Maringá (2024) com estudos na Faculty of Arts, Humanities and Social Sciences/University of Windsor, Canadá (2024). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6553-9205>. E-mail: pedronesle@gmail.com.

Introdução

“Ser homem não basta”
(Ken, no filme *Barbie*, de 2023)

A frase em destaque na epígrafe deste artigo, proferida pelo personagem Ken, do longa-metragem *Barbie* (2023), dirigido pela estadunidense Greta Gerwig (1983--), contribui para que tematizemos o que “ser homem”. Essa é uma questão identitária que guarda relações com o campo biológico, e que, ao mesmo tempo, é atravessada, modificada, autorizada e disputada também em níveis sociais, culturais e visuais. O filme em questão apresenta um cenário de “lugar perfeito”, chamado *Barbieland*, onde vivem Barbie e suas amigas também consideradas “perfeitas” – e, por isso, também, chamadas de Barbie. O *status* de “perfeição”, nesse caso, alcança-se a partir do sucesso que as personagens mulheres têm, nesse mundo fictício, conforme atingem os padrões estético, sociais e visuais a partir dos quais elas são cobradas. Apesar das variações no que diz respeito à cor de pele e ao comprimento dos cabelos, as personagens são, em geral, magras, jovens e participam das práticas de consumo, comprando roupas, acessórios e transportes. Para além de Barbie e suas amigas, o filme apresenta, também, personagens masculinos chamados Kens, os quais, semelhantemente às mulheres, têm características físicas que culminam naquilo que, visualmente, é esperado dos homens. Os Kens são homens jovens e fortes que, em *Barbieland*, prestam obediência e certa devoção às Barbies.

Quando flexionados no plural, os nomes próprios “Barbie” e “Ken” sugerem certa perda de individualidade e de singularidade por parte dos sujeitos a que se referem. Indicam, de certa forma, que os homens aos quais o filme se refere como “Kens” pertencem a uma mesma categoria, assim como pertencem a uma mesma categoria, as mulheres apresentadas como “Barbies”.

A trama do filme se desenvolve mediante a uma crise existencial vivida pela Barbie (protagonista), que a leva, juntamente com o Ken (coadjuvante), à uma jornada em busca de respostas sobre si mesma, sobre os valores de *Barbieland*, e sobre o mundo real, no qual, a princípio, fora criada para servir de exemplo de superação para outras mulheres e meninas. Nesse ínterim, Ken, que também embarca na jornada com a protagonista, tem, pela primeira vez, acesso ao mundo real e à força patriarcal

que nele opera. Com isso, depara-se com outros modelos de masculinidades, cultuados no mundo real, e nunca outrora explorados por ele e tampouco pelos demais Kens em *Barbieland*.

Nessa experiência fora de seu mundo fictício, Ken acessa como tais modelos são construídos e mantidos pelos homens do mundo real, na intenção de prestar manutenção aos poderes que lhes privilegiam. Logo, o personagem acaba por descobrir o patriarcado, um sistema que, segundo ele mesmo expressa: “[é] onde homens e cavalos mandam em tudo”. De início, Ken se admira com o privilégio masculino, tomando consciência dos benefícios sociais, políticos, econômicos, sexuais, estéticos, trabalhistas, religiosos, artísticos e parentais experimentados pelos homens, em decorrência do sexo pelo qual eles são identificados. Contudo, com o avançar das cenas, logo Ken percebe que ser “biologicamente homem” não é suficiente para usufruir dos benefícios no mundo real e patriarcal. “Ser homem não basta?”, Ken pergunta a si mesmo, em uma cena do filme (43’25”), quando ele está dentro de um edifício empresarial, após ter sido rejeitado para um cargo de prestígio, influente e bem pago. As cenas que decorrem dessa pergunta indicam que a verificação sobre “ser homem” se dá, sobretudo, no social, onde o sujeito – na maioria das vezes já identificado como homem - deve seguir uma série de convenções socio e culturalmente construídas. No caso do filme, Ken percebe essas convenções e as estuda e as aprende, e se frustra, ao notar que essas lógicas de funcionamento firmadas no patriarcado vêm sendo questionadas, modificadas e colocadas em xeque pelas ações femininas. Uma vez frustrado no mundo real e tendo percebido que naquele contexto os significados afetos às masculinidades estão em disputa, o personagem decide implementar o patriarcado em um outro espaço, onde essa força, até então, não era conhecida: em *Barbieland*.

É nesse contexto que a frase trazida para a epígrafe deste artigo toma sentido. Ela alude à surpresa do personagem ao verificar que as convenções sociais do patriarcado não garantem igualmente a todos os homens as mesmas posições de poder, simplesmente, por eles serem identificados como tais. É como se, ali, Ken tivesse percebido que, ainda que o patriarcado confira privilégios aos homens em relação às mulheres, não o faz de modo igualitário; e que homens diferentes, usufruem dos benefícios decorrentes desse poder de formas diferentes e, portanto,

assimétricas. Avaliamos que a perspectiva que o filme apresenta, então, localiza as masculinidades como identidades de gênero relacionadas não apenas com o sexo biológico dos sujeitos, mas, também (e sobretudo) com os modos como eles são caracterizados e percebidos socialmente como homens.

Essa interpretação é fundamentada nos Estudos das Masculinidades, manifestados nas pesquisas da socióloga australiana Raewyn Connell (1944--). Em *Políticas das Masculinidades* (1995), por exemplo, a autora indica que o conceito de masculinidade se relaciona diretamente às expressões e construções sociais do que significa ser homem em um determinado contexto. As expressões dessa identidade de gênero englobam as diferentes maneiras como os homens desempenham suas vivências, incluindo comportamentos, atitudes, valores, decisões, preferências, esportes, cores, profissões, visualidades e demais características associadas à masculinidade. É importante ressaltar que as masculinidades, nessa concepção, não são fixas e tampouco universais, mas sim, construídas por contextos culturais, sociais, históricos, políticos e visuais específicos, sendo, então, uma variedade de formas de ser homem. Em outra obra, intitulada *A Organização Social da Masculinidade* (1997), Connell destaca que essas relações entre masculinidades são influenciadas por dinâmicas de poder, hierarquias sociais e construções culturais que apontam quais formas de masculinidade são valorizadas e quais são marginalizadas numa determinada sociedade.

Os estudos do sociólogo estadunidense Michael Kimmel (1951--) apontam para compreensões semelhantes. Em *A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas* (1998), destaca que há uma produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas. Ao que se refere especialmente à busca da hegemonização do modelo de hombridade estadunidense, o autor indica três padrões básicos de provas, exigidas dos e pelos homens para que eles sejam reconhecidos como tais. A princípio, a masculinidade seria constatada através do autocontrole, fazendo do corpo um instrumento e uma expressão da dominação. Em segundo lugar, a masculinidade seria aprovada através de uma “fuga” para espaços hostis. Isso se dá, conforme ressaltava Kimmel (1998), por exemplo, no ingresso ao exército, na exploração de florestas, no domínio de animais silvestres e nas práticas de esportes, a partir das quais os homens “provariam” sua hombridade no contato

com a natureza e no desprezo por influências “feminilizantes” que as cidades e outros espaços “civilizados” poderiam, supostamente, dispor. Em última instância, os homens autenticariam suas masculinidades “bem-sucedidas” através da desvalorização de outras masculinidades, portanto, posicionando o hegemônico por oposição ao subalterno, na criação do “outro”.

As reflexões propostas por Connell (1995; 1997) e Kimmel (1998), assim como vemos em outras expressões dos Estudos das Masculinidades, contribuem para a leitura e análise das tramas tematizadas pelo longa-metragem *Barbie* (2023). Quando Ken transforma *Barbieland*, inaugurando o patriarcado para os e as demais personagens que ocupam esse mundo fictício, um modelo hegemônico de masculinidade é estabelecido, ao passo que, um subalterno, também. Temas como masculinidade tóxica, violência de gênero e manutenção do patriarcado são retratados ao longo do filme e, com isso, apresentam-se, ao público, conceitos e discussões comuns aos Estudos das Masculinidades e às contribuições acadêmicas que deles decorrem, mas que, muitas vezes, não chegam a ser debatidas no senso comum. Em geral, esses temas são apresentados a partir da cultura visual do filme *Barbie* (2023), que recorre a cores, formas, símbolos, caracterizações, penteados, figurinos, cenários, transportes, padrões, estampas e outros recursos imagéticos para construir representações visuais afetas às masculinidades.

A preocupação com as imagens guarda relações diretas com um outro campo de investigação que subsidia esta pesquisa, os Estudos Culturais. Em ascensão desde a segunda metade do século XX, os Estudos Culturais evidenciam as maneiras como os artefatos visuais produzem significados, muitos deles atrelados às identidades e às diferenças. Um dos principais contribuintes para os Estudos Culturais foi o sociólogo jamaicano-britânico Stuart Hall (1932-2014), autor que, em *A centralidade da cultura* (1997), defende que as transformações sociais advindas das revoluções industriais e das revoluções culturais modificaram os modos a partir dos quais as pessoas se relacionam com as imagens. Desde então, a partir desse referencial, defende-se a concepção de que as identidades sociais são constituídas (e disputadas) no interior da cultura e em diálogo com as imagens e com demais artefatos da cultura visual que interpelam os sujeitos contemporâneos.

Assim, justificamos a escolha dos Estudos das Masculinidades e dos Estudos Culturais como base teórico-metodológica para a elaboração desta reflexão. Diante dos interesses que manifestamos pelas relações entre masculinidades e visualidades, delimitamos, para esta pesquisa, o seguinte objetivo: **refletir acerca dos aspectos identitários afetos às masculinidades, a partir da cultura visual contemporânea relacionada ao filme *Barbie* (2023).**

Em âmbito social, a pesquisa se faz relevante, devido à discussão sobre o modo como a cultura visual está relacionada a um processo de disputa imagética, social e política. Em especial, chamamos a atenção para os aspectos identitários relacionados ao gênero e à sexualidade que são legitimados e fortalecidos a partir das imagens. Pinturas, moda, publicidade, manequins, cartazes, revistas, embalagens, brinquedos, desenhos animados, vídeos, ilustrações, fotografias, *selfs*, memes, figurinhas, *stories*, cinema e filmes são alguns dos artefatos visuais que recorrem às visualidades para ensinar modos específicos de se comportar e, dentre eles, modos específicos de viver as masculinidades.

Os Estudos Culturais fortalecem nossa defesa de que as imagens não são ingênuas, supérflua e inocentes. Esse entendimento é semelhante ao de Lília Moritz Schwarcz, evidenciado em *Imagens da Branquitude: a presença da ausência* (2024). Na pesquisa, a autora analisa como a branquitude foi visualmente construída (e privilegiada) a partir pinturas, esculturas, fotografias, monumentos públicos, mapas, propagandas, cartões postais e outros artefatos da cultura visual. Schwarcz (2024, p.28) indica que as imagens “Não se comportam, pois, apenas como ‘ilustrações’ [...]. Consistem, com muita frequência, em registros influentes: ao mesmo tempo que são produto do seu contexto, ajudam a produzi-lo”.

No que diz respeito à estrutura deste texto submetido à Revista Digital do Laboratório de Artes Visuais - LAV, dividimos a reflexão em dois tópicos para além da introdução e das considerações finais. No primeiro deles, argumentamos sobre a flexibilidade do conceito de masculinidade, intrínseco à história e ao desenvolvimento do personagem Ken, tendo como referência os Estudos das Masculinidades. Também apresentamos aspectos históricos, políticos e identitários relacionados à emergência e ao fortalecimento desse campo de investigação. No segundo tópico, dedicamo-nos a investigar aspectos visuais, culturais e identitários, tematizados a partir da

performance do personagem Ken, debruçando-nos, então, sobre o filme *Barbie* (2023).

Ken é ele? A origem do boneco Ken e suas reproduções na cultura visual

Antes de aparecer como personagem de um filme de *live action*, Ken se popularizou entre crianças e mesmo entre adultos e adultas mundialmente. A fama de Ken decorre da cultura visual associada ao universo infantil, especialmente, dos brinquedos e bonecos. Conforme indica a notícia intitulada *I'm Just Ken: The History of the Ken Doll* (2023), o Ken foi criado em 1961 pela marca de brinquedos estadunidense Mattel. Os primeiros bonecos Ken tinham um estilo clássico dos anos 1960, com cabelos plásticos esculpidos, roupas elegantes e aparências que se referiam às estrelas andrógenas do *rock* da época. No texto intitulado *Pedagogias culturais das feminilidades: os endereçamentos masculinos do personagem Ken* (2017), Michely Souza, Samilo Takara e Teresa Teruya explicam que Ken foi pensado e concebido para ser o par romântico e heterossexual da boneca Barbie, num movimento de expandir a linha de produtos e oferecer a oportunidade de criar brincadeiras e interações entre os dois personagens. Entretanto, Ken apresenta uma trajetória controversa no que diz respeito a sua masculinidade já que, historicamente, o boneco tem sido apontado como um “desvio” – em tom de crítica e de humor – àquilo que se espera do comportamento de um homem.

Desde suas primeiras aparições como boneco de plástico em tamanho e proporções semelhantes às das Barbie, Ken foi caracterizado de modos lidos como afeminados, mesmo que ele tenha sido apresentado como heterossexual. Como acompanhante coadjuvante da Barbie, o boneco compartilha dos mesmos ambientes que ela. Casas, móveis, eletrodomésticos, carros, motos, roupas, joias, óculos, bicicletas, bolsas, sapatos, celulares, estojos de maquiagem e pets são alguns dos apetrechos que, por acompanhar a boneca protagonista, cumprem o papel secundário de “acessórios”. A essa lista, poderíamos somar o boneco Ken, que, nessa lógica, pode ser visto como mais um elemento que sustenta ou pelo menos que presta manutenção à centralidade, importância e popularidade de Barbie. Concordamos com Souza, Takara e Teruya (2017, p.724) quando, referindo-se a Ken, avaliam que “Por

ser ‘diferente’ não agrada os meninos [...] e rompe com os estereótipos de gênero masculino por ser, ao mesmo tempo, o parceiro do ideal de feminilidade, mas não cumprir com uma representação agressiva e rude da masculinidade.”.

Nesse sentido, recorremos aos estudos de Connell (1997), que destaca que as normas de gênero podem ser complexas e até mesmo contraditórias, apontando, por exemplo, para a feminilidade na personalidade de homens e para a masculinidade na personalidade de mulheres. Segundo a autora, todas as formas de política da masculinidade envolvem uma relação com o feminismo. Quando da Liberação das Mulheres nas décadas de 1960-1980, o pressuposto era de que o feminismo era bom para os homens, porque os homens também sofriam com papéis sexuais rígidos. O rompimento que as mulheres propunham para os papéis de gênero permitiria, de certa forma, que os homens também rompessem com aquilo que lhes afligia, alcançando, assim, vidas mais plenas, melhores e mais saudáveis.

Em uma pesquisa rápida feita no banco de imagens do Google – Google Imagens, encontramos outros bonecos comercializados como brinquedos, e que não compartilham dessa caracterização que flerta com feminilidade – como acontece na construção visual e de personalidade de Ken. Esses outros personagens são representados de maneiras a destacar e elogiar sua agressividade, como se vê, por exemplo, no boneco Max Steel⁴, que fora criado como uma figura hipermasculina e que, na maioria das vezes, vem acompanhado de acessórios bélicos, como armas, carros futuristas e cenários de ação. A Figura 1 é integrada por duas imagens de produtos que, em comum, representam a masculinidade, mas que, ao fazê-lo, escolhem adotar diferentes perspectivas.

Na primeira imagem notamos que Ken, para além de ser apresentado ao lado de Barbie – podendo, isso, ser interpretado como uma reafirmação de sua condição de acessório da boneca – é vestido com roupas despojadas e praieiras. Notamos que Ken vem acompanhado de um veículo, um carro do tipo *Jeep*, o que, à primeira vista, poderia reforçar uma concepção mais hegemônica de masculinidade, se não fosse pela cor inusitada à caracterização dessa identidade de gênero, a cor rosa. Na segunda imagem, observamos que o boneco Max Steel, à contramão de Ken, é

⁴ Boneco parte de uma franquia de ação criada e produzida pela empresa de brinquedos Mattel em 1998.

comercializado não em uma configuração de casal, mas, sim, individualmente, sugerindo, com isso, outras maneiras de explorar a afetividade ou mesmo outros interesses que não relacionamentos amorosos. Tais interesses são demonstrados na cultura visual que rodeia Max Steel: roupas bélicas e armaduras que acentuam partes específicas de sua silhueta, ressaltando braços, peitoral e panturrilhas. Significativamente diferente do carro de Ken, o de Max Steel adota uma estética futurística fortalecida pelas cores, formas, linhas retas e mísseis que, socialmente, têm sido associados ao universo masculino.

Figura 1: Bonecos Ken e Max Steel



Fonte: Google Imagens. Consultado em: 09 mar. de 2025.

Para além do boneco, Ken também tem sido destacado por outros artefatos da cultura visual infanto-juvenil, às vezes de formas esdrúxulas e caricatas que acentuam as características femininas do personagem e, com isso, asseveram a recepção negativa das pessoas. Por exemplo, no filme *Toy Story 3* (2010), que tematiza a chegada e posterior convivência de brinquedos numa creche infantil, Ken - que no longa-metragem atua como um dos vilões -, é apresentado como um sujeito feminino, vaidoso, com gosto pela moda e que se apaixona pela boneca Barbie recém-chegada à instituição. Numa cena em específico (1'01'40"), Ken, que tinha sido escolhido como o guarda cuja função seria evitar que os brinquedos prisioneiros fugissem da creche, abandona seu posto para impressionar Barbie, exibindo sua coleção de roupas e acessórios.

Na cena em questão, Ken convida Barbie para mostrar a ela seu *closet*. Para impressioná-la, mostra roupas temáticas, associadas, por exemplo, à prática de tênis,

aos uniformes de colegial, e ao quimono de luta. Diante do entusiasmo que a boneca manifesta com as roupas de Ken, ele se sente confortável para compartilhar uma queixa, conforme se expressa, com tristeza, dizendo: “ninguém liga para roupa aqui, Barbie”. A melancolia do personagem é interrompida por um sorriso quando Barbie pede para que ele desfile usando alguns daqueles modelitos. Na cena que se segue, Ken desfila de modo caricato, experimentando, alternadamente, camisas, óculos, ternos brilhantes, roupas aquáticas, chapéus de *cowboy* e equipamentos espaciais, como demonstramos na Figura 2. A música *Le Freak* (1978), da banda estadunidense *Chic*, e os movimentos de Ken enquanto dança, rebola e manda beijos, contribuem para a caracterização de uma masculinidade em desacordo com aquilo que, socialmente, espera-se de um homem.

Figura 2: Cenas do filme *Toy Story 3* (2010)



Fonte: Frames do 60'40", 61'43", 61'54", 62'02", 61'55", extraídos de *Toy Story 3* (2010). Consultado em: 09 de mar. de 2025.

Cenas como essa evidenciam que a trama posiciona Ken em um papel cômico e ridículo já que, diante da responsabilidade de assumir a liderança e o poder, o boneco se deixou distrair pelo interesse que Barbie demonstrou pelas suas roupas e acessórios. No desfecho dessa cena, Ken é amarrado, seminu, vestindo uma roupa íntima estampada com corações vermelhos. Imóvel, o boneco é torturado e humilhado por Barbie, enquanto ela destrói as roupas dele. Quando ela Barbie rasga as um blazer com *glitter* e uma bata indiana, Ken se descontrola, grita, chora e suplica para que ela pare. Para que ela interrompa o processo de destruição de suas roupas, Ken, finalmente, entrega, a ela, as respostas e segredos que ele guardava num gesto de confiança e hombridade a seu grupo.

Nesse ponto, vale mencionar que Ken também tem sido ridicularizado em reproduções visuais mais contemporâneas, como os *memes* nas redes sociais, por exemplo. Essa realidade é atestada quando, numa pesquisa em *sites* de busca a partir das palavras “Ken”, “Barbie”, “Max Steel”, encontramos centenas de *memes*, vídeos e figurinhas, caçoando de Ken e apontando Max Steel como um suposto “verdadeiro” par romântico heterossexual de Barbie – como representado na Figura 3.

Figura 3: Meme “Ken”, “Barbie”, “Max Steel”



Fonte: Google Imagens. Consultado em: 09 mar. de 2025.

Vale citar que existe, também, uma utilização do Ken como alívio cômico, por parte da mídia de modo geral. Essa realidade é refletida nas notícias intituladas *Estreia de Barbie: conheça o Ken humano do Distrito Federal* (2023) e *Promoção de*

hambúrguer tem Ken humano na propaganda para falar sobre ‘exagero’ (2024). A primeira reportagem aborda sobre a vida de um homem de Brasília, Junior Bevilaqua, que se apresenta como o boneco Ken. Para se caracterizar como tal, ele se cerca de artefatos coloridos, com ênfase na cor-de-rosa, como taças, bolsas, roupas, óculos e maquiagens. A segunda reportagem se refere a uma publicidade de *fast food* que, para vender um sanduíche específico, chama a atenção para a quantidade de cirurgias realizadas pelo rapaz, na tentativa de se parecer com o boneco Ken. Na publicidade em questão, para caracterizar o exagero e excesso do produto vendido, recorrem-se aos exageros de plásticas e procedimentos estéticos realizados pelo Ken Humano. No primeiro *frame* em destaque na Figura 4, podemos observar imagens feitas por uma emissora de TV, apresentando os acessórios cor-de-rosa pertencentes ao Ken humano. A cor faz referência ao universo de Barbie e à construção visual da feminilidade que antecede mesmo à criação da boneca, e, quando associada às masculinidades cria noções atreladas ao cômico, quando não, ao desvio e ao abjeto. Conforme a entonação dada pela reportagem, essa seria, portanto, uma realidade fantástica, senão paralela ou “anormal” aos homens, a qual apenas mulheres ou homens de masculinidades subalternas (similares à do Ken humano) poderiam experimentar. Semelhantemente, o segundo *frame* traz uma campanha publicitária que apresenta o Ken humano segurando dois sanduíches de tamanhos exagerados, aludindo ao exagero intrínseco às cirurgias plásticas do ator. O exagero, nesse caso, é abordado como algo que apenas um Ken humano – ou outro homem de masculinidade subalterna e excêntrica - poderia enfrentar.

Figura 4: Reportagem e campanha publicitária sobre o Ken



Fonte: Google Imagens. Consultado em: 09 mar. de 2025.

Diante dessa sequência de imagens, agrupadas nas Figuras 1, 2 e 3, inferimos que a maneira com que as representações de Ken têm sido apresentadas ao público pode ter contribuído com a recepção negativa que, em geral, as pessoas têm manifestado em relação ao personagem. Num contexto patriarcal e paternalista que valoriza um padrão de masculinidade que faz jus à virilidade, à violência e à repressão dos sentimentos, como apontado por Connell (1995) e Kimmel (1998), Ken parece não se encaixar.

Podemos interpretar que o estilo de vida não violento de Ken, sua complacência com Barbie e com os artefatos da cultura visual lidos como femininos, têm sido explorados como “fraqueza” por parte das produções e iniciativas que caracterizam o personagem e que dão dinâmica à personalidade dele. Isso tem acontecido a partir de representações caricatas e jocosas de Ken, acionadas por um nicho específico da cultura visual que, dentre muitas interpretações, pode ter como objetivo a manutenção do sistema patriarcal e da valorização da masculinidade hegemônica, endereçando o riso e a abjeção a tudo aquilo e aqueles que se desviam dela.

Vestido para matar (o patriarcado): Imagética das masculinidades em *Barbie* (2023)

No caso específico do longa-metragem *Barbie* (2023), notamos, a princípio, que os Kens inseridos no mundo fictício de *Barbieland* não performam uma masculinidade que, no mundo real” seria aceita pelos padrões hegemônicos estabelecidos. Ao longo do filme, há a participação dos Kens em atividades histórico e tradicionalmente consideradas feminina, como a dança coreografada e o apreço pela moda, por exemplo. Descontraídos, os Kens também utilizam de gesticulação livre e de vestuário brilhoso e chamativo para se caracterizar. A cor rosa é recorrente no filme, e não apenas nas cenas protagonizadas pelas personagens femininas. A cor também aparece nas roupas, chapéus, calçados, acessórios, ferramentas, objetos esportivos, instrumentos musicais, móveis e meios de transporte com os quais os Kens interagem.

Em uma outra elaboração de nossa autoria, o livro intitulado *Não se nasce azul ou rosa, torna-se* (BALISCEI, 2021) damos especial ênfase aos modos como, historicamente, as cores têm sido protagonistas na atribuição e caracterização dos gêneros dos meninos e meninas. Demonstramos que, diferentemente do que acontece hoje, em outros contextos históricos e geográficos, não se faziam distinções cromáticas entre meninos e meninas, ou que, inclusive, faziam distinções opostas as contemporâneas: utilizava-se azul para elas e rosa, para eles. Contudo, “no século XXI, as cores azul e rosa têm sido cúmplices na generificação não só de pessoas – as quais, de fato, têm identidade de gênero – mas também de elementos não necessariamente humanos ou mesmo vivos” (BALISCEI, 2021, p. 65. Em *Barbie* (2023), verificamos que o rosa e o azul são utilizados estrategicamente para a caracterização de personagens e para indicar quais deles ou delas estão no poder.

Se num primeiro momento, há uma complacência dos Kens para com as Barbies, no decorrer do longa, essa relação é modificada. Acompanhando Barbie em sua jornada para o “mundo real”, Ken percebe que ali existe uma organização não só distinta como inversa àquela de *Barbieland*. Nesse novo cenário até então desconhecido pelos e pelas personagens da trama, “tudo é governado por homens e cavalos” – como expressa Ken quando entra em contato com os homens do “mundo real” e, conseqüentemente, com o modo que eles se vestem, falam, gesticulam e comemoram. O interesse de Ken por essa descoberta fica evidente em uma das cenas (41’41”), em que ele visita uma biblioteca para acessar livros e para se informar sobre os privilégios que o patriarcado pode conceder a ele. Se outrora os Kens sequer estavam preocupados com alguma validação de suas identidades masculinas conforme princípios machistas, depois da descoberta do patriarcado e das relações assimétricas de gênero características do “mundo real”, ocorre uma procura pela legitimação das masculinidades a partir dos valores próprios desse sistema. Essa busca se dá, dentre outras coisas, pela dominação com o uso da força e da virilidade. As decisões tomadas pelos personagens Kens nesse caso e, em especial pelo Ken protagonista, vão ao encontro dos estudos que Kimmel (1998) realiza acerca das masculinidades, associando essa identidade de gênero com a rejeição de espaços tidos como femininos e feminilizantes.

Enquanto em *Barbieland*, Ken se sentia emasculado, quando descobre os indicadores de masculinidades no “mundo real”, ele passa a reclamar pelos privilégios masculinos outrora desconhecidos. Então, Ken e seus pares homens contestam e extorquem o matriarcado de *Barbieland* em favor de um patriarcado aos moldes daquele que atua, poderoso, no “mundo real”. Uma vez implantado esse sistema, os Kens, da agora *Kenland*, começam a dispor de um padrão de masculinidade que pode ser considerado tóxico, já que subjuga as Barbies, reduzindo-as a funções servis, e hipervaloriza tudo aquilo pensado e realizado pelos homens.

Vale destacar que, nesse caso, as toxidades exercidas pela masculinidade hegemônica dos personagens não atravessam e inferiorizam apenas as identidades de gênero das mulheres, mas também as daqueles homens que não se enquadram no modelo valorizado. Os personagens homens que não se encaixam no padrão de masculinidade imposto pela *Kenland* passam, então, a ser vistos como subalternos e passíveis de ajustes, violências e críticas. Chamamos a atenção, especificamente, para como o boneco Allan, interpretado por Michael Cera (1988--), que, após as mudanças provocadas por Ken no mundo fictício onde viviam, é relegado a um segundo plano, e passa a enfrentar as implicações trazidas para aqueles e aquelas que não se parecem (ou buscam parecer) com o modelo hegemônico.

Criado na década de 1960 também pela Mattel, o boneco Allan foi vendido apenas por um curto período, sendo descontinuado em 1966. Originalmente pensado para ser o melhor amigo de Ken, Allan, inclusive, fora comercializado a partir da difusão da ideia da “oportunidade” de trocar roupas com o amigo. A proximidade entre os dois bonecos, contudo, acabou alimentando rumores maliciosos de que, na verdade, ele seria um suposto namorado secreto de Ken – o que indica os limites das amizades construídas e experimentadas entre homens.

No filme analisado, a relação entre Allan e Ken também provoca tensionamentos e desequilíbrios entre expressões de masculinidades distintas. Após a implementação do patriarcado no mundo fictício dos e das personagens, Allan estranha as novas normas masculinizantes impostas pelo líder do movimento, e prefere continuar a manifestar sua expressão de gênero, a partir de então, considerada subalterna às dos demais homens. Além disso, Allan se une às Barbies para lutar pela derrubada do sistema implementado pelos Kens, e se posiciona, junto

delas, pela restauração de *Barbieland*. Toda essa disputa do hegemônico *versus* subalterno é alicerçada por estereótipos do que significa “ser homem”. O ápice dessa disputa se dá na cena em que se apresenta a canção *I’m Just Ken*, cujas imagens e letra evidenciam estereótipos de gênero, beleza e padrões sociais, conforme indicamos nos *frames* da Figura 5.

Figura 5: *Frames* da canção *I’m Just Ken*, *Barbie* (2023)



Fonte: Frames do 85'59", 86'30", 87'35", 87'47" e 89'27", extraídos de *Barbie* (2023). Consultado em: 22 fev.2025.

A escolha dessas imagens se baseou na iniciativa de compreender como os estereótipos são construídos e apresentados visualmente no filme. Evidenciam-se cores, formas, cenários e personagens que contribuem para o fortalecimento de noções específicas de masculinidades. No primeiro *frame* (85'59"), vislumbramos Ken numa posição que lembra àquela do personagem representado na escultura *O Pensador* (1904), do artista francês Auguste Rodin (1840-1917), em uma possível referência à concentração, ao conhecimento e à sabedoria. Ambos os artefatos visuais trazem uma figura masculina em meditação soberba, lutando contra uma poderosa força interna. No caso de Ken, como apresentado pela canção, essa luta interna está relacionada à procura tanto de sua identidade quanto da validação dela. Nessa cena, Ken reclama que, em *Barbieland*, ele e os demais Kens são frequentemente postos em segundo plano em relação às Barbies.

O segundo *frame* (86'30") traz Ken montado em um cavalo e rodeado por demais Kens. No filme, a figura do cavalo é imprescindível para a trama e para a construção daquilo que se propõe acerca das identidades masculinas - numa perspectiva de hegemonia alinhada ao que é valorizado no "mundo real" -, haja vista que esse animal, historicamente, evoca simbolismos característicos do patriarcado. Um homem em cima de um cavalo pode ser interpretado como viril, poderoso, líder e guerreiro - características validadoras ao que tange à construção visual da masculinidade. Essa realidade é refletida em artefatos da cultura visual, como a pintura *Napoleão cruzando os Alpes* (1801-05), do artista francês Jacques-Louis David (1748-1825). Apresentando o cônsul Napoleão Bonaparte em trajes militares com um semblante taciturno e sobre um alazão rampante, a pintura é, até hoje, símbolo estético característico de uma masculinidade patriarcal e colonizadora que, sabe-se, simula aquilo que se quer que seja verdade.

À vista disso, Kimmel (1998) aponta que muitos dos exemplos de masculinidades reproduzidos, seja nos esportes, nas propagandas ou na indústria do entretenimento, são embasados no hipermasculinismo. Esse modelo de masculinidade, conforme o autor, estimula a dominação e a violência que homens, e mesmo meninos, acabam por emular para serem reconhecidos pelos grupos. De

modo geral tais imagens criam uma sensação de idolatria aos estereótipos de homens “durões”, violentos, intransigentes e hipersexualizados – os mesmos que, segundo aponta Kimmel (1998), não sabem se expressar emocionalmente. No terceiro *frame* (87’35”), percebemos o avanço de um “exército” de Kens frente a *Barbieland*. Dentre muitas interpretações, essa configuração pode significar a luta das masculinidades contra as feminilidades, reclamando o poder que supostamente lhes seria devido. No campo visual de *Barbie* (2023) esse conflito é representado cromaticamente, conforme a cor azul, intrínseca aos Kens e as masculinidades de modo geral, espalha-se pelos artefatos que eles trazem consigo.

Nesse sentido, evocamos os estudos de Kimmel (1998) uma vez mais, quando relata que meninos e homens têm colaborado, a partir dessa posição de poder, sócio e culturalmente verificada e lida como “natural”, para o desenvolvimento e reafirmação de teorias de gênero que defendem a existência de uma “superioridade masculina”. O autor explica que a reafirmação de tais práticas tem acontecido dentro da cultura e que as imagens têm papel crucial nesse processo. Através de veículos de mídia, tais como a televisão, propagandas, filmes, séries e jogos e, mais recentemente, *podcasts*, *reels*, *selfs*, *stories*, *memes*, a compreensão do que significa “ser homem” acaba sendo influenciada e transformada pelos artefatos da cultura visual.

No quarto *frame* (87’47”), damos destaque à batalha que os Kens travam entre si. Para tanto, recorrem à violência e à força física. O quinto e último *frame* (87’47”), por fim, conversa com o anterior, quando, dessa vez, performando uma competição de dança, os Kens exibem movimentos provocadores, agressivos e de enfrentamento. Chamamos atenção para o fato de os personagens adicionarem, à coreografia, uma disputa do jogo recreativo “pedra, papel e tesoura”. De modo irônico, essa cena sublinha a infantilidade com que Kens (e outros sujeitos detentores de masculinidade tóxica) costumam preferir a competitividade à cooperação. Sobre isso, lembramo-nos de Connell (1995, p. 190), que evidencia que homens e meninos são pressionados a agirem e a sentirem a partir da agressividade, do desejo pela dominação e da busca pela vitória. Por isso, socialmente, preferem se distanciar do comportamento que é atribuído às mulheres e às garotas e mesmo das alternativas apresentadas por outros homens. A autora exemplifica que meninos e homens, inseridos num contexto em que a produção cultural tem, por definição, a verificação de uma certa conduta apropriada

– que corresponde aos anseios que vêm das famílias, das escolas, das profissões e, finalmente, da mídia – internalizam normas sociais nocivas e adotam expressões de gênero que, ao longo prazo, compromete, por exemplo, a manifestação genuína dos sentimentos, a segurança e a saúde.

Considerações finais

Nessas considerações finais, após as análises que realizamos, evidenciamos que, mesmo antes de ser apresentado como personagem de uma produção cinematográfica, Ken e sua respectiva expressão de masculinidade têm sido representados de maneira caricata e associada ao cômico. Essa cultura visual, assim, atrela-se à manutenção do sistema patriarcal e da masculinidade hegemônica, caracterizando aqueles que se desviam dela como detentores de identidades de “segunda categoria” ou de “masculinidades menores”.

No que diz respeito especificamente às cenas, narrativas e cultura visual de *Barbie* (2023), consideramos que a produção fílmica também recorreu ao humor para caracterizar Ken em associação ao abjeto e ao ridículo. Nesse caso, contudo, recorre à ironia para demonstrar as consequências que o não cumprimento dos padrões masculinos estipulados a partir do hegemônico pode acarretar para um homem. *Barbie* (2023), assim, convida as e os espectadores a reflexão sobre gênero, de modo mais amplo, e tematiza, especialmente, as maneiras como meninos e homens têm sido ensinados a desempenhar suas masculinidades.

Quando o filme apresenta as masculinidades dos Kens relegadas a um segundo plano em comparação às feminilidades das protagonistas, e, mais adiante, tematiza as tentativas de inversão dessa lógica, acaba por demonstrar as disputas que envolvem as questões de gênero, assim como as desigualdades e violências resultantes das relações de poder. Para além da assimetria na distribuição de privilégios e desvantagens entre homens e mulheres, *Barbie* (2023) tematiza o modo desigual como diferentes homens acessam e usufruem das consequências do sistema patriarcal. Revela, assim, que as identidades masculinas são atravessadas por outros marcadores sociais – como classe, sexualidade, raça, etnia e idade – e que isso determina quais homens têm mais ou menos acesso aos dividendos do patriarcado.

Chamou-nos a atenção o modo como o longa brinca com temas polêmicos e contraditórios. As cenas em que os Kens protestam e reclamam pela condição social inferior que ocupam, por exemplo, atuam, para nós, como uma paródia inversa sobre as sociedades fundamentadas no patriarcado que determinam, às mulheres, direitos inferiores aos dos homens. Interessa-nos, também, o papel desempenhado pelo personagem Allan, cuja masculinidade caracterizada como subalterna pelos Kens, sai em defesa das Barbies. Com isso, Allan oferece resistência à masculinidade tóxica e demonstra, a meninos e meninas, alternativas outras de vivenciar as masculinidades em harmonia com as feminilidades. Sinalizamos, portanto, interesse e intenção em elaborar um outro texto, tomando esse personagem como foco principal de nossas análises.

Sublinhamos, ainda, que os artefatos visuais atuam como recursos na identificação e autenticação de homens e meninos, validando (ou não) suas expressões de gênero. Dessa maneira, compreendemos que, a partir de uma perspectiva analítica interessada em problematizar o papel das imagens na construção de identidades sociais, a tentativa do estabelecimento de uma masculinidade hegemônica faz com que o campo visual seja entendido como um espaço de disputa.

Essas preocupações têm sido manifestadas nos textos científicos elaborados pelo Grupo de Pesquisa em Arte, Educação e Imagens – o ARTEI⁵. Desde 2019, o Grupo ARTEI tem se debruçado a investigar como a cultura visual e outros fenômenos contemporâneos são, também, educativos e estão envolvidos na produção de significados afetos às questões sociais. Exemplo disso são o livro *Não se nasce azul ou rosa, torna-se: Cultura visual, gêneros e infâncias* (BALISCEI, 2021), já mencionado, e os artigos “*Faça como Homem*”: *Cultura Visual e o Projeto de Masculinização dos Meninos* (BALISCEI E CUNHA, 2021), e *Tiktokzação das masculinidades: Estudos Culturais, questões de gênero e juventude contemporânea* (BALISCEI E FERNANDES, 2024). Neles, semelhantemente, reiteramos que as imagens são carregadas de significados para além dos aspectos plásticos, formais e

⁵ <https://www.instagram.com/grupoartei/>

estéticos. Esses significados alcançam campos políticos, a partir dos quais grupos específicos disputam por poder e representatividade.

Tendo chegado a esses resultados, explicitamos que outras análises feitas sobre o personagem Ken e mesmo sobre o filme *Barbie* (2023), de modo mais geral, possivelmente apresentariam interpretações distintas e até mesmo contrárias as nossas. Discutir sobre a construção das masculinidades no interior da cultura visual e sobre seus efeitos positivos e negativos na educação de meninos e homens é mais do que um exercício de percepção analítica. Concluimos, logo, que essa é, também, uma possibilidade de repensar as maneiras como interagimos com as distintas expressões de masculinidades, bem como com as narrativas hegemônicas intrínsecas às identidades de gênero presentes na cultura popular.

REFERÊNCIAS

BALANÇO GERAL DF. Estreia de Barbie: conheça o Ken humano do Distrito Federal. **R7**, 2023. Disponível em: <https://noticias.r7.com/brasil/balanco-geral-df/videos/estreia-de-barbie-conheca-o-ken-humano-do-distrito-federal-20072023/>. Acesso em: 14 set. 2024.

BALISCEI, João Paulo. **Não se nasce azul ou rosa, torna-se**: Cultura visual, gêneros e infâncias. Salvador: Editora Devires, 2021.

BALISCEI, João Paulo; CUNHA, Susana Rangel Vieira da. “Faça como Homem”: Cultura Visual e o Projeto de Masculinização dos Meninos. **Revista Textura**, Canoas, v. 23, n. 54, p. 367-391, 2021

BALISCEI, João Paulo; FERNANDES, Pedro Henrique Decleva. Tiktokzação das Masculinidades: Estudos Culturais, Questões de Gênero e Juventude Contemporânea. **Diversidade e Educação**, [S. l.], v. 12, n. 1, p. 478–497, 2024. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/divedu/article/view/16998>. Acesso em: 4 out. 2024.

BÚSSOLA. Promoção de hambúrguer tem Ken humano na propaganda para falar sobre ‘exagero’. **EXAME**, 2024. Disponível em: <https://exame.com/bussola/promocao-de-hamburguer-tem-ken-humano-na-propaganda-para-falar-sobre-exagero/>. Acesso em: 14 set. 2024.

CONNELL, Raewyn. Políticas das Masculinidades. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, ano 20, n. 2, p. 185-206, 1995

CONNELL, Raewyn. A Organização Social da Masculinidade. In: VALDÉS, Teresa; OLAVARRÍA, José (eds.). *Masculinidad/es poder y crise*. Chile: **Isis Internacional**, 1997, p. 31-48.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: THOMPSON, Kenneth (org.). *Media and Cultural Regulation*. Londres: **Sage/The Open University**, 1ª ed., 1997, p. 208-236.

KIMMEL, Michael. A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 4, n. 9, p. 103-117, 1998

NOVAK, Lauren. *I'm Just Ken: The History of the Ken Doll*. **Remind Magazine**, 2023. Disponível em: <https://www.remindmagazine.com/article/7255/history-of-ken-doll-barbie-mattel/>. Acesso em: 14 set. 2024.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Imagens da branquitude**: A presença da ausência. São Paulo: Companhia das Letras, 2024.

SOUZA, Michely Calciolari de; TAKARA, Samilo; TERUYA, Teresa. Pedagogias culturais das feminilidades: os endereçamentos masculinos do personagem Ken. **Educação**: Santa Maria, v. 42, n. 3, p. 717-730, 2017.