




# “O que faz um homem mais ou menos homem?”: representações generificadas e sentidos sobre masculinidades nos comerciais de desodorante da marca Dove Men+Care no Brasil

Maurício João Vieira Filho

# Contextualização

- A sociedade ocidental é estruturada por normas de gênero, que dividem as experiências e os corpos entre os polos masculino e feminino.
- Essas normas, que não são naturais, são constantemente reproduzidas por meio de pedagogias em diversos espaços, incluindo a mídia (Louro, 2020).
- Um tipo de mídia importante de ser apreendido é a publicidade, cujo fim é estabelecer vendas, gerar consumo e conseguir lucratividade a partir da exibição de produtos e serviços.
- As publicidades mobilizam um conjunto de estratégias a partir da imitação, da sugestão, da persuasão, da pressão moral e da percepção subliminar (Guareschi, 2018).


Neste artigo, debruçamo-nos sobre outra campanha de produtos, Dove Men+Care, publicada na plataforma digital YouTube e circulada por diferentes mídias em 2021. Nosso interesse por essa campanha publicitária tem relação com a construção dos comerciais a partir de indagações sobre o que tornaria uma pessoa “mais ou menos homem”.



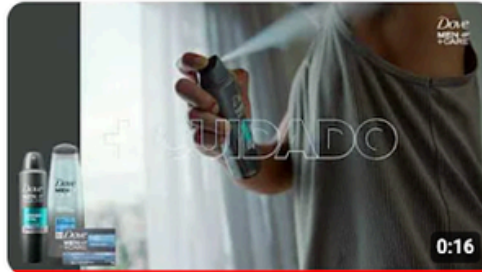
**Dove Men +Care BR**  
@dovemencarebr2464 · 6,9 mil inscritos · 12 vídeos  
Dove Men+Care celebra uma nova definição de força masculina, em que o cuidado com o ...mais  
[facebook.com/dovemencarebr](https://facebook.com/dovemencarebr) e mais 2 links  
[Inscrever-se](#)

[Início](#) [Vídeos](#) [Pesquisar](#)


[Mais recentes](#) [Em alta](#) [Mais antigo](#)



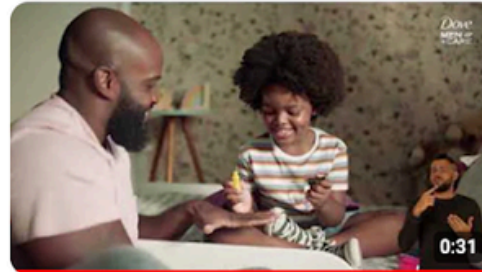
Se importe menos, se cuide mais | Dove Men + Care  
635 mil visualizações · há 3 anos




Se importe menos, se cuide mais | Dove Men + Care  
705 mil visualizações · há 3 anos




Se importe menos, se cuide mais - Desodorantes Antitranspirantes | Dove Me...  
9,6 mil visualizações · há 3 anos




Se importe menos, se cuide mais | Dove Men + Care | Vídeo Acessível  
2,2 mil visualizações · há 3 anos



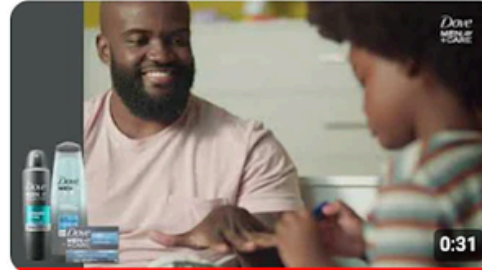
Se importe menos, se cuide mais - Desodorantes Antitranspirantes | Dove Me...  
2,6 mil visualizações · há 3 anos



Se importe menos, se cuide mais - Desodorantes Antitranspirantes | Dove Me...  
993 mil visualizações · há 3 anos



Se importe menos, se cuide mais | Dove Men + Care  
5,3 mi de visualizações · há 3 anos



Se importe menos, se cuide mais | Dove Men + Care  
14 mi de visualizações · há 3 anos



# Objetivo

Analisar quais são as representações generificadas e os sentidos sobre masculinidades projetados pela campanha “Se importe menos, se cuide mais” lançada pela marca Dove Men+Care.

A partir de oito vídeos oficiais publicados no YouTube, mobilizamos o repertório teórico-conceitual dos dispositivos discursivos das masculinidades (Kolinski Machado, 2018; Mendonça & Kolinski Machado, 2021) para compreender as configurações pedagogizantes que ocorrem nas produções languageiras da sociedade e, como aporte metodológico, a categoria dos imaginários sociodiscursivos (Charaudeau, 2017) para analisar os comerciais.



# Sentidos de masculinidades na cultura contemporânea

- Masculinidade hegemônica (Connell; Messerschmidt, 2013) — estrutura que privilegia homens cisgêneros, brancos, heterossexuais, com poder aquisitivo, músculos aparentes, virilidade, dominância, tornando-os um alvo de cobiça social.
- Normas de gênero são reproduzidas continuamente para fazerem sentido na sociedade.
- O binarismo de gênero, com polos masculino e feminino, é usado para dividir sujeitos e demarcar estruturas de poder, sendo o polo masculino historicamente dominante.
- Masculinidades são construções sociais e históricas, não essências biológicas, e variam ao longo do tempo e do espaço.

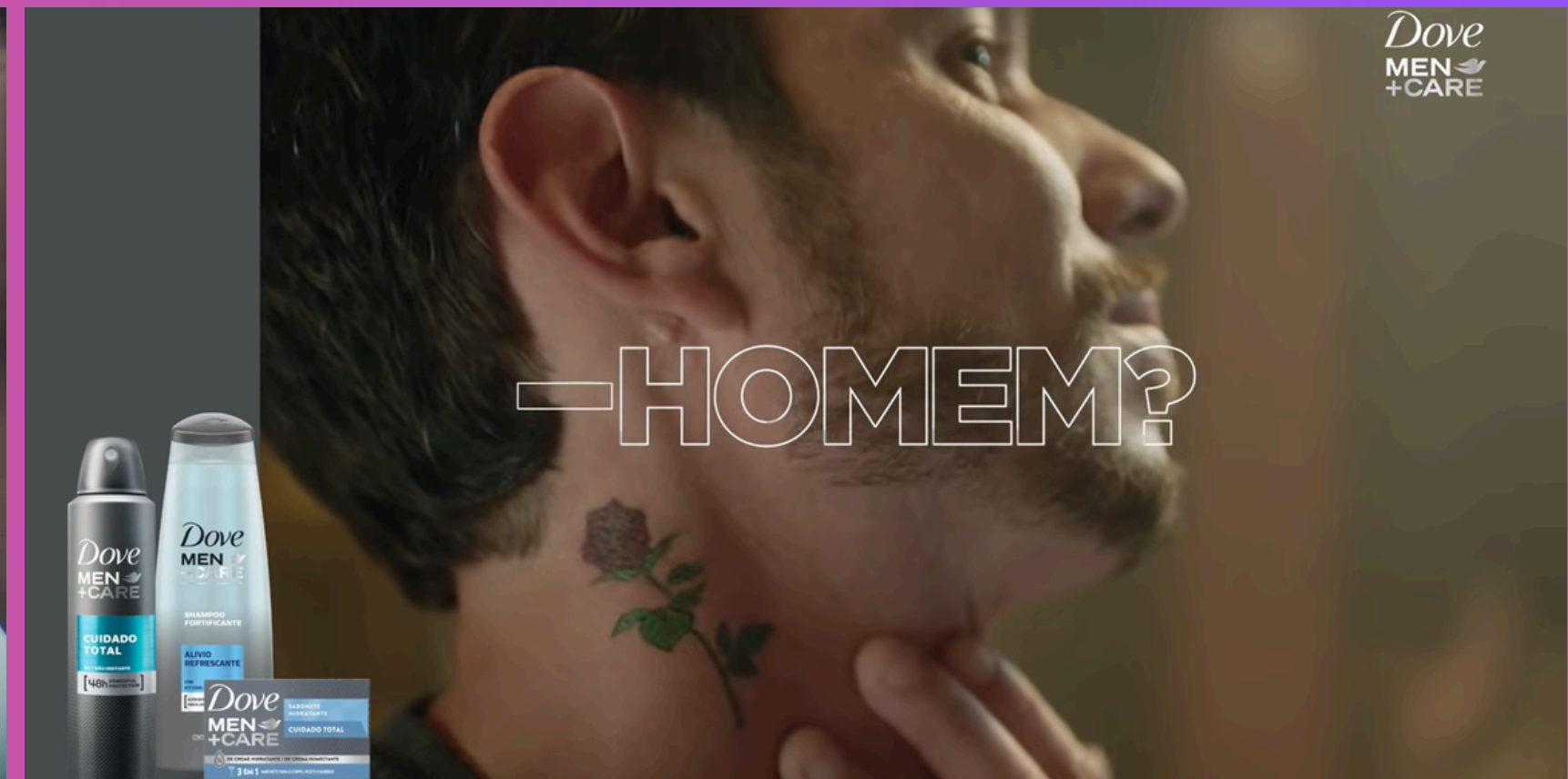
# Imaginários sociodiscursivos, uma categoria analítica para as representações

- Imaginários sociodiscursivos permitem entender uma apreensão das circulações de sentidos no social e do envolvimento de aspectos que demarcam significações ao mundo, aos grupos sociais e aos objetos.
- Na compreensão da teoria de Patrick Charaudeau (2017), os imaginários se desenvolvem no âmbito social por meio dos processos de enunciação que ocorrem na linguagem.
- Como forma de entender esse fenômeno, devemos compreender os saberes que o conformam (de conhecimento ou de crença).

# Masculinidades e projeções em uma campanha de desodorantes

- A marca Dove Men+Care tenta se posicionar no mercado com discurso que busca atrair homens, associando o cuidado pessoal a uma nova definição de força masculina.
- A publicidade da marca é feita para sugerir que o bem-estar e a aparência não são apenas atributos femininos. O texto da marca ainda cita uma especialista em psicologia para reforçar que a adesão a normas rígidas de masculinidade pode comprometer o bem-estar mental dos homens.
- A análise da campanha "Se importe menos, se cuide mais" revela que os comerciais mostram homens realizando atos de autocuidado que, culturalmente, são associados ao feminino.







# Masculinidades e projeções em uma campanha de desodorantes

- A marca questiona se essas ações tornam um homem “mais ou menos homem”, sugerindo que os consumidores devem se importar menos com julgamentos sociais.
- Mesmo tentando quebrar estereótipos, a campanha acaba por criar outras normas. O discurso de se tornar um "homem melhor" por meio do autocuidado reforça um imaginário de "melhoria" que ainda delimita a identidade masculina.
- Os homens nos comerciais da Dove Men+Care ainda correspondem a padrões estéticos normatizados. A repetição dos produtos na tela também atua como um reforço para a ideia de que o consumo de itens de autocuidado é essencial para esse processo.

# Considerações finais

- A campanha da Dove Men+Care é uma tentativa discursiva de se distanciar da masculinidade hegemônica, mas ainda reforça estereótipos físicos e simbólicos do que é ser homem na cultura ocidental.
- O imaginário de melhoria cria novas normatividades e gera tensões entre os consumidores. A observação dos comentários nos vídeos mostra que, enquanto alguns apoiam a mensagem da marca, outros a veem como “lacração” e optam por marcas como a Old Spice, que reforçam o imaginário do “cabra macho”.
- Isso demonstra como os dispositivos discursivos das masculinidades se estruturam em relações de poder rígidas, reforçando perspectivas machistas.

\* As referências mobilizadas nesta apresentação podem ser consultadas no artigo completo a ser publicado pelo meistudies.