



IX POSCOM
Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Fama e Reconhecimento: Uma noção sobre a celebridade¹

Vanessa Figueiredo²

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

RESUMO

Esse artigo pretende realizar uma análise teórica sobre fama e reconhecimento tendo como base a noção de celebridade. Partimos do pressuposto de que a legitimidade das mídias, especialmente as de massa, enaltece e reforça a notoriedade de indivíduos reconhecidos por seus talentos e por suas realizações. Com base nisso, apontamos como todo o sentido em torno do papel desempenhado pela celebridade somente se torna inteligível enquanto parte de uma ação conjunta entre mídias, a própria celebridade e o público que acompanha essa figura.

PALAVRAS-CHAVE: celebridades; poder carismático; poder simbólico; pseudo-eventos; mídias de massa.

A Celebridade

Sob enquadramentos de câmera especiais e uma atenção devotada das mídias, as celebridades parecem enaltecer um mundo idealizado. Valores simbólicos, como *status* social, beleza e sucesso, são reproduzidos por esses indivíduos como a extensão da estória de seus filmes, das letras de suas músicas ou dos recordes desportivos conquistados. Suas aparições se tornam verdadeiros eventos, merecedores de atenção, tais e quais cultos a divindades. Por conseguinte, chegam a evidenciar aspectos encontrados em heróis/heroínas e nos semi-deuses mitológicos. Ou seja, apesar de estarem suscetíveis aos reveses caros aos comuns, são, ainda assim, especiais; são celebradas/os e reconhecidos/as pelas mídias de massa.

¹ Trabalho apresentado no GT Corpo e Gênero na Contemporaneidade do IX Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio.

² Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Mestranda em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Orientadora: Adriana Andrade Braga. Desenvolve pesquisa sobre interações em ambientes digitais. Graduada em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense. Email: vanesfi@gmail.com.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

A análise que realizaremos pretende comentar algumas questões por trás do papel desempenhado por celebridades e do culto gerado em torno de suas figuras. As questões levantadas aqui partem do pressuposto de que a celebridade é um indivíduo reconhecido publicamente por seus talentos ou por suas realizações. Estes talentos e realizações estão relacionados a dotes artísticos, saberes ou habilidades elencados como especiais, extraordinários ou únicos e que, por essa razão, constituem-se como pré-requisitos para aqueles/as que ocupam o *status* de celebridade. O caráter especial desses talentos ou dessas realizações é determinado por uma atuação conjunta. Sobre essa atuação conjunta, precisamos colocar que se tratam dos mecanismos que envolvem a legitimação da celebridade, por parte das mídias de massa; e o reconhecimento dessa figura, por parte das audiências.

O reconhecimento público aqui apontado passa por uma série de variáveis, dentre as quais a legitimação das habilidades incorporadas pela celebridade em potencial; a repercussão que essas habilidades geram nas mídias de massa; e os valores simbólicos que esses indivíduos transparecem enquanto celebridades. Nesse sentido, abordaremos, portanto, o papel das celebridades enquanto produto das mídias de massa. Enquanto instituições disseminadoras de paradigmas, as mídias de massa expõem figuras públicas revestidas de valores, capazes de manter ou transgredir comportamentos e que, ainda, apelam para estilos de vida idealizados.

Fama e Reconhecimento

Segundo Boorstin (1980), a celebridade é conhecida por sua notoriedade. Para o autor, a fama de uma celebridade lhe é concedida em razão de sua imagem ou da marca ostentada por seu nome (BOORSTIN, 1980). Podemos apontar, portanto, que as conquistas de uma celebridade são aquelas que podem ser notadas e pautadas pelas mídias de massa. Nesse sentido, a notoriedade de uma celebridade é mediada pelas impressões registradas publicamente. Por sua vez, essas conquistas são determinadas por aqueles/as que gerenciam o que será promovido pelas mídias de massa. Boorstin (1980) conclui, por conseguinte, que



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

as celebridades foram criadas pelas mídias de massa e, por essa razão, são nomes que, de certa forma, receberam uma atribuição de fama e visibilidade.

Essa atribuição de fama e visibilidade, segundo Boorstin (1980), realiza um contraponto com a fama e a visibilidade recebidas em razão de conquistas, como acontecia com heróis por exemplo. Por essa razão, qualquer um/a pode se tornar uma celebridade, bastando, para tal, cair nas graças das mídias de massa. Celebridades, portanto, são pessoas que recebem atenção das mídias de massa e, por conseguinte, suas vidas passam a figurar nos suportes midiáticos gerenciados pelas mídias de massa. Nesse sentido, uma celebridade pode ser um/a cantor/a, um/a escritor/a, um/a atleta, um/a ator/atriz ou apenas alguém que participou de algum evento considerado importante pelas mídias de massa. Nesse rol, entrariam também os/as participantes de *reality shows*, os/as envolvidos/as em escândalos públicos, os/as sobreviventes de alguma fatalidade, dentre outros/as.

Como Boorstin (apud GAMSON, 1994) evidencia, e complementado por Gamson (1994), as celebridades representam a visibilidade alcançada por meio das mídias de massa. Por essa razão, se diz que a sua fama é atribuída por esses meios, ainda que por intermédio de seus talentos e de suas realizações. Logo, a fama de uma celebridade pode ser determinada pela visibilidade obtida nos suportes midiáticos que gerenciam, de certa forma, o seu reconhecimento público. O sentido de reconhecimento público é aquele mediado pelas mídias de massa na forma daquilo que a celebridade tem a oferecer. Ou seja, a imagem que estampa os suportes midiáticos é o resultado final, qualificando a celebridade para ser reconhecida publicamente por seus talentos ou suas realizações. Por conseguinte, será por intermédio desses veículos que o público dará ciência da fama da celebridade.

Antes de ocupar um lugar de destaque, a celebridade passou por estágios nos quais seus talentos e/ou suas realizações foram avaliados. O destaque só é alcançado mediante a ocorrência de algum acontecimento e que este seja considerado relevante para as mídias de massa (BOORSTIN, 1980). As mídias de massa desempenham um papel legitimador quando tratamos de celebridades. Por serem um produto desses veículos, as celebridades só existem porque as mídias de massa dão suporte aos eventos atrelados a seus nomes. Ou



IX POSCOM
Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

seja, cabe às mídias de massa dar legitimidade ao universo criado para dar sentido à existência das celebridades em nossa sociedade.

Esse mundo é construído para que a celebridade não seja vista como uma personagem deslocada e desprovida de sentido (GAMSON, 1994). Por essa razão, a celebridade, de certa forma, precisa fazer parte de nossas vidas. Ela está nos filmes e programas de TV que assistimos, nas revistas e jornais que lemos e na publicidade dos produtos que consumimos. Essa “presença” nos ajuda a construir uma identificação e, em certo sentido, nos oferece uma parcela, ainda que pequena, da vida que a celebridade encena diante de nossos olhos. O interesse despertado por uma celebridade, por conseguinte, reitera valores simbólicos ligados a poder, à beleza e à legitimação de talentos e/ou realizações (ROJEK, 2001).

A celebridade pode ser tratada, portanto, como uma personagem criada para materializar as qualidades mostradas nos eventos relacionados a esses indivíduos. Esses eventos podem ser um filme, uma letra de música, um recorde desportivo; o que é comum exaltado como extraordinário e, assim, munido de valores simbólicos importantes. Geralmente, as celebridades demonstram, por meio de imagens veiculadas nas mídias de massa, que foram designadas para levar um estilo de vida idealizado por muitos/as (MORIN, 1989). O simples fato de receberem atenção daqueles/as que produzem programas de TV, editam colunas em jornais e revistas, por exemplo, denota o caráter especial desse indivíduo.

A condição especial da celebridade corrobora o distanciamento entre estes indivíduos e suas audiências (MARSHALL, 2004). Esse distanciamento, de certa forma, reforça o aspecto semi-divinal das celebridades, tendo em vista que elas pertencem a um mundo do qual poucos/as podem fazer parte. Analogamente, é como se as celebridades fossem chamadas a fazer parte de um “Olimpo” e, por essa razão, seus talentos e suas realizações remetem a uma materialidade conciliada com o divinal (ROJEK, 2001). Por conseguinte, esta condição semi-divinal desperta reações nas audiências: o culto a celebridades; as tentativas de incorporar o estilo de vida levado por essas pessoas; e, ainda, a própria busca para se tornar membro/a desse “Olimpo das celebridades”.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

A ideia de ser uma celebridade decorre de uma forma de reconhecimento público. Na medida em que o reconhecimento público passa pelo que é registrado pelas mídias de massa, a celebridade ocupa um papel que representa, de certa forma, valores, desejos e ideais simbólicos. Esses elementos são determinados pelo contexto em que se vive e, com a amplitude das mídias de massa, refletem como esses valores podem ser incorporados por homens e mulheres. Nesse sentido, uma vez que o contexto seja modificado, bem como o tempo histórico seja transformado, a noção de fama e, conseqüentemente, de notoriedade recebem diferentes nuances. Essa diferenciação pode ser justificada pela mudança de valores entre as pessoas de diferentes tempos históricos. Por sua vez, as razões que sustentam o reconhecimento público, como resultante da materialização de valores simbólicos, podem ter origens semelhantes.

A atuação da celebridade, sob os pontos apresentados, pode ser trabalhada conceitualmente por meio das noções de poder carismático (WEBER, 2004) e de poder simbólico (BOURDIEU, 1989). Ao relacionarmos essas duas formas de poder, pretendemos esclarecer que o papel ocupado pela celebridade é revestido de uma forma de poder, ainda que não seja determinado por imposição ou por meio de força física. O que a celebridade representa exerce um fascínio sobre audiências e é celebrado como algo que pode ser buscado e, portanto, pode estar presente nas atividades cotidianas. Por representarem valores (positivos ou negativos), a celebridade assume, além de uma posição de destaque, uma potência.

A celebridade exerce fascínio sobre os/as demais. Quando está nas mídias de massa, quase sempre representa o incomum, o chocante, o extraordinário. A vida ora é completamente perfeita, ora é repleta de adversidades (CASHMORE, 2006). A perfeição apresentada denota que a imagem representada pela celebridade permanece coerente e, logo, precisa ser louvada. Por outro lado, as adversidades são tomadas como uma forma de expiar, publicamente, os valores transgredidos (CASHMORE, 2006). Os extremos parecem denotar que a celebridade não é uma pessoa comum, que vive uma rotina enfadonha. Desse modo, o destaque é reforçado por essa característica: a celebridade não vive uma vida comum.



IX POSCOM
Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Dessa forma, as aparições públicas de celebridades tornam-se eventos por si só. Boorstin (1980) chama esses eventos de “pseudo-eventos”, tendo em vista que prepara-se um cenário a fim de dar continuidade ao espetáculo, este agora estendido aos nomes das celebridades. A simples ida ao supermercado é retratada como um evento incomum (à celebridade) precisando, por isso, ser capturada pelas lentes de fotógrafos e de cinegrafistas. Os “pseudo-eventos”, segundo Boorstin (1980, pp.11-12), consistem na invenção de um acontecimento no qual os/as envolvidos/as criam circunstâncias para gerar a cobertura das mídias de massa, a fim de tornar esses eventos relevantes.

O fascínio sobre celebridades guarda semelhanças com o conceito de carisma proposto por Max Weber (2004). Segundo Weber (2004), carisma é a qualidade que uma pessoa possui capaz de despertar interesse dos/as demais membros do grupo, por meio do reconhecimento de seus talentos e/ou de suas realizações no âmbito de uma sociedade. Por conseguinte, por conservar essa qualidade, esse indivíduo possui uma forma de poder, o poder carismático. O poder carismático é conquistado, portanto, por meio do reconhecimento dos talentos e/ou das realizações de indivíduos e, precisamente, pelo aspecto extraordinário que envolveu a obtenção desse reconhecimento. Portanto, o poder carismático, segundo Weber (2004), é concedido a heróis, sábios, curandeiros e, por fim, a artistas por seus talentos e/ou realizações consideradas marcantes. O aspecto quase divinal desses acontecimentos é determinado pela dificuldade ou pela raridade desses talentos e/ou dessas realizações.

O reconhecimento público proveniente do carisma e, logo, da detenção do poder carismático é determinado pelos indivíduos de um grupo (WEBER, 2004). Essas pessoas, com base nos valores simbólicos que têm como referência, reconhecem os/as dotados/as de carisma como seres especiais. Em algumas ocasiões, como aponta Weber (2004), os/as dotados/as de carisma são referenciados/as como semi-deuses, tendo em vista que possuem habilidades incomuns. Por essa razão, aqueles/as que possuem qualidades extraordinárias, demonstradas por meio de acontecimentos e/ou realizações que favorecem o grupo como um todo, detêm o poder carismático. Por isso, essas pessoas influenciam hábitos e costumes



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

por meio da legitimação de valores simbólicos pré-existentes; tornam-se referência para o grupo.

Segundo Gerth e Mills (1982), o poder carismático presume a legitimação de outras formas de poder, como o poder burocrático. O poder burocrático, que institucionaliza as atividades de uma sociedade, por meio das pessoas que controlam suas diretrizes, precisa reconhecer o caráter especial daquele que se torna herói ou sábio, dentro do contexto apontado por Weber. Portanto, ainda que Weber sugira que é uma forma de poder que “vem de dentro para fora” (WEBER, 2004, p. 327), o poder carismático passaria também por uma legitimação de instituições que representam interesses políticos e econômicos de uma sociedade.

Dessa forma, o poder carismático é legitimado enquanto exista um reconhecimento por parte daqueles/as que controlam o poder burocrático, por exemplo. Por conseguinte, o/a detentor/a do poder carismático ocupará um lugar de destaque e, logo, será merecedor/a das exaltações a suas glórias e a suas conquistas. Por outro lado, por estar nesse contexto, o/a detentor/a do poder carismático passa a desempenhar papéis que deem continuidade a suas realizações extraordinárias. Weber (2004) menciona que um herói, por exemplo, deve continuar a dar mostras de sua capacidade de enfrentar situações adversas e a mostrar, por meio de suas conquistas, que ainda mantém o *status* de herói.

A proposição de um poder carismático por Weber (2004) nos fornece meios para compreender a lógica de exaltar alguém somente por suas qualidades. Vimos que se torna imprescindível a existência de uma realização considerada extraordinária para que exista o reconhecimento público. Esse reconhecimento público é determinado pelo contexto em que um determinado grupo vive, bem como pelos interesses de lideranças políticas e econômicas. Portanto, podemos entender que torna-se importante a existência de algum elemento relevante, para aquele contexto no geral, que seja capaz de alçar uma pessoa comum à condição de herói/ína.

Sob esse entendimento, recorreremos à noção de poder simbólico de Bourdieu (1989), a fim de aprofundarmos a compreensão acerca do reconhecimento obtido pelas celebridades. Bourdieu, em um sentido mais completo, discorre sobre uma forma de poder.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

O “poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem.” (BOURDIEU, 1989, pp.8-9).

O poder simbólico guarda semelhanças com a questão do poder carismático proposta por Weber. Todavia, em um sentido mais completo, Bourdieu (1989) esclarece que o poder simbólico é alcançado quando existe também o reconhecimento por parte das instituições para as quais nos referimos quando buscamos parâmetros que avaliem a qualidade de um serviço, de uma empresa e, especialmente, de produtos culturais. No texto de Weber (2004), o autor aponta que, com o passar o tempo, aquele/a que detêm o poder carismático será agregado às atividades burocráticas. Entretanto, a sua legitimidade depende das mostras contínuas de sua condição extraordinária para os/as demais membros/as do grupo (WEBER, 2004). Por sua vez, nos ressentimos de uma consideração de Weber acerca da atuação do poder burocrático, por exemplo, na legitimação do poder carismático.

Em nosso caso, particularmente, a noção de poder simbólico remete-se às estratégias lançadas para se determinar quem pode ocupar a posição de celebridade. Bourdieu nos fornece um panorama interessante.

Todo o funcionamento do sistema está dominado pela existência ininterrupta de *concursos* coroados por recompensas honoríficas, entre os quais o mais importante é o concurso anual do Grande Prémio, que garante ao laureado estadia na Villa Médicis. Nada há de surpreendente, pois, quando se encontram no sistema todas as características das instituições sujeitas a esta lógica, como as classes preparatórias para as escolas superiores: a docilidade extraordinária que ele supõe e reforça entre os alunos, mantidos por longo tempo numa dependência infantilizante pela lógica da competição e as expectativas insensatas que ela suscita (a abertura do Salão dava azo a cenas patéticas); a normalização operada pela formação colectiva em “atelier”, por meio de seus ritos de iniciação, das suas hierarquias ligadas tanto à antiguidade como à competência, os seus cursos por etapas e por programas estritamente definidos. (BOURDIEU, 1989, pp. 258-259)



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Como podemos ver, a Academia de Belas Artes ocupa a posição institucional, reunindo os valores reconhecidos, nesse caso esteticamente, para dizer aqueles/as que seriam aptos/as a se tornarem artistas de renome. Por meio de concursos, cuja avaliação passa pelas mãos de jurados/as reconhecidos/as no meio, a Academia de Belas Artes legitima aqueles/as que possuem talentos distintos e, portanto, merecem ser exaltados/as pelos/as apreciadores/as de artes plásticas.

Em uma lógica bastante parecida, as celebridades ascendem em decorrência do interesse existente em suas *personas* públicas. As mídias de massa, por produzirem e promoverem produtos culturais, seriam, portanto, capazes de dizer quem estaria apto/a ou não a ocupar esse papel destacado. Nesse sentido, a atuação das mídias de massa reside na escolha dos/as privilegiados/as a entrarem no “Olimpo das celebridades”. Por conseguinte, a visibilidade conseguida por meio das mídias de massa torna a celebridade real. No instante em que a imagem de uma pessoa é estampada nas mídias de massa e existe uma repercussão em torno de seu nome, este indivíduo é celebrado; este indivíduo torna-se celebridade.

Gamson (1994) aponta que o espaço de destaque ocupado pelas celebridades é obtido mediante o trabalho de uma equipe. Esta equipe “achará” o espaço adequado e construirá uma imagem pública para a celebridade em potencial. Em primeiro lugar, o trabalho que “revelará” o seu rosto e o seu nome. Por conseguinte, os “eventos” que legitimarão a sua condição notória e, logo, a sua fama. Os “eventos”, como sugere Gamson (1994), compõem o conjunto de ações que dão visibilidade a uma celebridade. Ou seja, pode ser a *première* de um filme, um editorial em uma revista de renome, uma entrevista concedida a um/a apresentador/a famoso/a, uma premiação, etc. Tais ações promovem o nome da celebridade e, em certo sentido, organizam uma identidade em torno de sua figura.

A questão da identidade, apontada anteriormente, remete ao comportamento padrão assumido - ou definido - pela celebridade (e sua equipe). Esse comportamento constituirá a referência e estará intimamente ligado à imagem da celebridade. Sua figura pública legitima essa identidade, denotando uma imagem coerente entre a sua performance e a sua representação. Ou seja, a fachada pública assumida (GOFFMAN, 2002) reflete como a



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

celebridade deseja ser reconhecida e a identidade assumida enquanto representar o seu papel naquele cenário.

Portanto, existe uma coerência exigida enquanto a celebridade for uma figura pública. Isso reflete-se nos modos como as mídias de massa retratam qualquer acontecimento ligado ao nome da celebridade. Por um lado, enquanto a celebridade transparecer a identidade acordada tacitamente entre ela, as mídias de massa e seu público, seu objetivo é continuar a dar mostras de que é merecedora do lugar ocupado (CASHMORE, 2006). Em contrapartida, se o comportamento não for coerente com a imagem pública da celebridade, uma campanha realçando seus aspectos negativos será lançada para reforçar a incoerência e o aspecto marginal de suas condições (idem). Os aspectos negativos, nesse caso, atuam em contraposição às qualidades materializadas pela celebridade e incorporadas em sua identidade pública.

Considerações finais

As celebridades são personagens cujo sentido se remete a um conjunto de variáveis que, de certa forma, são corroboradas pelas mídias de massa. O reconhecimento e a sua existência são, primeiramente, reconhecidos por essas mídias para que, por conseguinte, possam ser levados ao público. Nesse sentido, as mídias de massa mediam o papel da celebridade para que esta seja, enfim, apreciada pelas audiências como um indivíduo dotado de características especiais.

O culto a celebridades encontra algumas variáveis apresentadas nos trabalhos de Weber (2004) e de Bourdieu (1989). Primeiramente, a necessidade de uma motivação que torne a celebridade apreciável publicamente. Weber (2004) sugere a condição extraordinária evidenciada por um indivíduo; Bourdieu (1989) menciona o talento enquadrado por instituições. No caso das celebridades, é a sucessão de acontecimentos que pode ser criada em torno de seu nome, tal e qual Boorstin (1980) definiu na forma dos “pseudo-eventos.”

Em segundo lugar, o talentos e as realizações das celebridades precisam ganhar notoriedade para que, assim, os acontecimentos possam ser vistos pelas pessoas. Dessa



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

forma, o reconhecimento público é resultado do interesse das pessoas, como Weber (2004) apontou no caso do poder carismático, e, ainda, mediado pelas mídias de massas. Nesse caso, as mídias de massa incorporam a institucionalização dos talentos.

A noção de celebridade está ligada, portanto, às mídias de massa. A sua existência depende do reconhecimento dado por esses meios à performance de indivíduos que desempenham papéis de celebridades. Portanto, a representatividade de uma celebridade é revestida de sentido enquanto as estratégias e mecanismos de promoção das mídias de massa atuarem na consecução de tal intento. Por isso, em alguns momentos, as celebridades são descritas como reféns de suas imagens e, portanto, destituídas de habilidades que não sejam seus próprios nomes ou sua presença.

Em contrapartida, conforme mencionado anteriormente, as celebridades prescindem de algo para justificar a sua promoção. Seja, de fato, um talento ou, ainda, algum atributo físico exaltado como incomum. Nesse sentido, a noção de celebridade, embora atrelada a mídias de massa, é determinada por um conjunto de fatores nos quais essas mídias atuam como legitimadoras dessa condição especial. Esse conjunto de fatores compreende, além dos talentos e quaisquer outros atributos extraordinários e as mídias de massa, o público que consome os produtos relacionados a celebridades.

Referências Bibliográficas

BOORSTIN, Daniel J. *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Atheneum, 1980.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CASHMORE, Ellis. *Celebrity Culture*. New York: Taylor & Francis e-Library, 2006.

GAMSON, Joshua. *Claims to Fame: Celebrity in contemporary America*. Berkeley: University of California Press, 1994.

GERTH, H.H.; MILLS, C. Wright. *Max Weber: Ensaios de Sociologia*. Rio de Janeiro: LTC, 1982.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.



IX POSCOM
Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

MARSHALL, P. David. *Celebrity and Power*: fame in contemporary culture. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2004.

MORIN, Edgar. *As estrelas*: Mito e Sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

ROJEK, Chris. *Celebrity*. London: Reaktion Books, 2001.

WEBER, Max. *Economia e Sociedade*: Fundamentos da Sociologia Compreensiva, vol. 2. São Paulo: Imprensa Oficial, 2004.



Samba, corpo e identidade cultural fora e dentro da TV¹

Paola Meirelles²

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Resumo

Neste trabalho será abordada a questão do corpo como elemento dominante no contexto social contemporâneo através do viés da identidade cultural, levando-se em conta o papel das mediações comunicacionais como construtoras de subjetividades. O samba enquanto manifestação cultural de origem afrobrasileira será utilizado como mote para tal objetivo, sendo contrastados o lugar do corpo em uma das manifestações mais espontâneas deste gênero musical – a roda de samba – e na sua exposição televisiva.

Palavras-chave: corpo; samba; identidade, resistência, cultura.

A centralidade da cultura e a construção das identidades

Os estudos culturais nos servirão de base para a compreensão do papel do samba para a formação das identidades dos afrodescendentes num contexto histórico de diáspora e pós-abolição nas Américas. Partiremos da obra de Stuart Hall, principalmente *Da diáspora: identidades e mediações culturais* (2003) e o texto *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo* (1997). O autor discute os termos em que devemos orientar os estudos culturais:

Aqui, então, a despeito de várias diferenças importantes, está o esboço de uma linha significativa de pensamento dos Estudos Culturais: dir-se-ia, o paradigma dominante. Ele se opõe ao papel residual de mero reflexo atribuído ao “cultural”. Em suas várias formas, ele conceitua a cultura como algo que se entrelaça a todas as práticas sociais; e essas práticas, por sua vez, como uma forma comum de atividade humana: como práxis sensual humana, como a atividade através da qual homens e mulheres fazem a história. Tal paradigma se opõe ao esquema base-superestrutura de formulação da relação entre as forças ideais e materiais, especialmente onde a base é definida pelo “econômico”, em um sentido simples. Essa linha de pensamento prefere a formulação mais ampla — a dialética entre o ser e a

¹ Trabalho apresentado no GT Corpo e Gênero na contemporaneidade do IX Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio.

² Mestranda em Comunicação Social pela Escola de Comunicação da UFRJ. Orientador: Eduardo Granja Coutinho. Graduada em História pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Email: paolameirelles@hotmail.com.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

consciência social: inseparáveis em seus polos distintos (em algumas formulações alternativas a dialética entre "cultura" e "não cultura"). Ela define cultura ao mesmo tempo como os sentidos e valores que nascem entre as classes e grupos sociais diferentes, com base em suas relações e condições históricas, pelas quais eles lidam com suas condições de existência e respondem a estas; e também como as tradições e práticas vividas através das quais esses "entendimentos" são expressos e nos quais estão incorporados. (HALL, 2003, p. 141)

Nesse sentido, trataremos as identidades não como essência do ser, mas sim como subjetividades construídas a partir de certo contexto histórico, espaço social e demandas sociais que perpassam os indivíduos. De acordo com Hall:

É o que significa dizer que devemos pensar as identidades sociais como construídas no interior da representação, através da cultura, não fora delas. Elas são o resultado de um processo de identificação que permite que nos posicionemos no interior das definições que os discursos culturais (exteriores) fornecem ou que nos subjetivemos (dentro deles). Nossas chamadas subjetividades são, então, produzidas parcialmente de modo discursivo e dialógico. (HALL, 1997, p. 8)

Os discursos e representações identitárias presentes no mundo são abraçados por determinados sujeitos que, a partir deles constroem as subjetivações acerca de si próprios. Sendo assim, não basta ter a cor da pele escura para que se assuma a negritude, mas uma possível identidade negra certamente passa pela adesão de valores da cultura negra, como é o caso da afirmação do samba como manifestação cultural negro-popular.

O samba como manifestação sociocultural urbana, popular e negra

Ao tratarmos o samba como objeto de análise não podemos deixar de levar em conta que este possui um imenso significado na construção do sentido de brasilidade, sendo um dos símbolos de identificação do país no cenário internacional. Mais do que isso, deve ser ressaltado que um gênero musical de origem afrobrasileira tenha se constituído como tal, o que nos permite uma reflexão sobre a nossa sociedade e a contribuição sociocultural das populações negras e mestiças para a formação do Brasil. O samba nasceu de um setor social específico e suas características musicais – tanto em



termos de melodia quanto de letra – sofrem influência direta dos aspectos da experiência sociocultural desses setores, sendo uma manifestação da cultura popular brasileira³.

O advento da década de 1930 proporcionou uma alteração no cenário cultural carioca no que concerne ao status que o samba adquiriu. De ritmo genuinamente negro, mal visto pelos órgãos oficiais e pela elite em geral, o samba passou a se configurar como gênero musical símbolo de brasilidade, inclusive contando com a anuência da elite intelectual e o incentivo do Estado, interessados na construção de uma identidade nacional, ao mesmo tempo em que se configurava como o gênero predileto do carnaval popular.

Neste período de transição, quando o samba se consagra como objeto típico da cultura nacional, é que reside o mistério do samba⁴ para o antropólogo Hermano Vianna. Entender esse mistério, ou melhor, como se deu esse processo, só é possível se mantermos em vista as estreitas ligações que o samba possui com os morros, os subúrbios e as camadas populares, principalmente os afrodescendentes.

O mistério do samba

Para discutirmos o mistério do samba, apontado no tópico anterior, e incluir o papel do corpo na gênese deste gênero musical, vamos nos utilizar da análise de dois trabalhos, *O Mistério do Samba*, do antropólogo Hermano Vianna (1995), doutor em antropologia social pelo Museu Nacional/UFRJ; e *Samba, o dono do corpo*, escrito por Muniz Sodré (1998), professor emérito da Escola de Comunicação da UFRJ e autor de vários livros sobre a cultura afro-brasileira.

Hermano Vianna, além de antropólogo é elaborador de vários projetos culturais atuais, o que faz dele também um formador de opinião. Sua produção acadêmica é encadeada com sua produção para a indústria cultural, e sua inserção na vida cultural do país, principalmente na TV, faz com ele tenha papel de selecionador dos formatos e

³ Utiliza-se aqui a concepção de cultura popular de E. P. Thompson, no qual este conceito não se mostra como um sistema homogêneo e consensual, mas sim como manifestação popular dialética e contextualizada historicamente, a partir da resistência contra os setores hegemônicos. Esta questão é desenvolvida em THOMPSON, E. P. *Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

⁴ Referência ao livro VIANA, H. *O mistério do samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor/ Editora UFRJ, 2004.



conteúdos da cultura que vão chegar ao grande público. Sua parceria com a apresentadora Regina Casé, de acordo com suas próprias palavras, “já rendeu inúmeros produtos antropológicos”⁵, como o programa *Central da periferia* e mais recentemente o *Esquenta*, ambos na TV Globo. Abordar sua perspectiva sobre o samba no seu referido livro é uma maneira de demonstrar como o antropólogo se relaciona com as questões da identidade cultural, da cultura popular e do samba no universo musical brasileiro, visando entender sua atuação como produtor cultural.

De acordo com Hermano Vianna, a configuração do samba como símbolo de brasilidade foi possível graças ao intercâmbio cultural entre as camadas populares e a elite intelectual. O ponto de partida do seu referido livro é uma noite de violão em que participam o antropólogo Gilberto Freyre, o historiador Sérgio Buarque de Holanda, o promotor e jornalista Prudente de Moraes Neto, o compositor clássico Villa Lobos e o pianista Lucio Gallet, representantes da elite intelectual e cultural de origem branca; e do outro lado, o músico Pixinguinha e os compositores/sambistas Donga e Patrício Teixeira, provenientes das camadas populares e mestiças. A ocasião marcava, portanto, o encontro de dois grupos diversos, ou até mesmo opostos, da sociedade brasileira.

O objetivo de *O Mistério do Samba* não é apenas constatar a transição, mas também identificar os elementos que permitem a passagem do samba de música maldita à representante genuína da cultura brasileira, tendo como perspectiva a construção de uma identidade nacional. Vianna pretende

mostrar como a transformação do samba em música nacional não foi um acontecimento repentino, indo da repressão à louvação em menos de uma década, mas sim o coroamento de uma tradição secular de contatos [...] entre vários grupos sociais na tentativa de inventar a identidade e a cultura popular brasileiras. (VIANNA, 2004, p. 34)

A partir desta perspectiva, o antropólogo aponta os fatores principais que levaram à consagração do samba como genuíno representante da cultura brasileira e seu papel na invenção da tradição nacional, sendo eles: a relação promíscua entre as elites e as camadas populares; a valorização das coisas populares; a criação de uma identidade nacional; as teorias da mestiçagem, o debruçar dos modernistas sobre o Brasil; o Rio de

⁵ Disponível em < <http://hermanovianna.wordpress.com/tag/regina-case/>>. Acesso em: 14 de outubro de 2012.



Janeiro como representativo da síntese da pátria; os discursos nacionalistas; e o samba como maravilha brasileira.

O mistério do samba desenvolve a ideia da construção da cidade do Rio de Janeiro como centro da unidade da pátria por uma escolha política e não por de fato representar a essência da brasilidade. Isso se deu a partir da valorização da mestiçagem, da negociação transcultural entre as classes e da exaltação de uma suposta autenticidade e pureza, que no plano musical elege o samba carioca de morro. A síntese de sua tese, que enfatiza a questão da negociação, pode ser constatada no trecho a seguir:

A invenção do samba como música nacional foi um processo que envolveu muitos grupos sociais diferentes. O samba não se transformou em música nacional através dos esforços de um grupo social ou étnico específico, atuando dentro de um território específico (o “morro”). [...] Nunca existiu um samba pronto, “autêntico”, depois transformado em música nacional. O samba, como estilo musical, vai sendo criado concomitantemente à sua nacionalização. [...] O discurso da homogeneidade mestiça, criado no Brasil através de um longo processo de negociação, que atinge seu clímax nos anos 30, tornou determinados “atos decisivos” possíveis e aceitos, inventando uma nova maneira de lidar com os problemas da heterogeneidade étnica e do confronto erudito/ popular. (VIANNA, 2004, pp. 151-154)

Concordamos com Vianna no que tange ao caráter de construção da identidade nacional e sua relação com a simbologia do samba como estilo musical nacional brasileiro. Obviamente, a consolidação do samba como tal não se trata de um furor repentino ou se deu fora do campo político-social. Entretanto, a exacerbação da questão da negociação e do intercâmbio apaga a participação popular do desenvolvimento de sua própria identidade em detrimento da atuação da elite cultural e intelectual.

Desse modo, é igualmente minimizado o fato de que a inovação e qualidade do samba também sejam responsáveis pela sua disseminação pelo território, mesmo que contextualizada em um período de propagação das rádios e gravadoras no Rio de Janeiro. Isto é, se privilegia o consenso no lugar da visão de classes, o nacional ao invés do popular, o ponto de convergência em detrimento das divergências, e, por fim, atenua-se o conflito.



Samba, o dono do corpo (ou o samba sem mistério)

Para destacar o lugar do corpo no universo do samba e relativizar o peso dado ao papel das elites brasileiras na conformação do samba como gênero musical popular nacional, será utilizado o ensaio *Samba, o dono do corpo*, de Muniz Sodré, autor atuante da área da cultura e da comunicação. Este trabalho teve sua primeira edição no ano de 1978, foi reeditado em 1998 e teve duas reimpressões nos anos 2000.

Apesar de não mencionar diretamente Hermano Vianna, no prefácio à 2ª edição do referido ensaio, Sodré faz uma alusão com aspas ao título de *O Mistério do Samba*, lançado três anos antes. Não resta dúvida de sua contraposição à tese do antropólogo quando Sodré esclarece a pretensão de seu estudo do samba:

O que pretendemos mesmo é indicar como um aspecto da cultura negra – *continuum* africano no Brasil e modo brasileiro de resistência cultural – encontrou em seu próprio sistema recursos de afirmação da identidade negra. E implicitamente pretendemos rejeitar os discursos que se dispõem a explicar o mesmo fenômeno, o samba, como uma sobrevivência consentida, simples matéria prima para um amálgama cultural realizado de cima para baixo. (SODRÉ, 1998, p. 10)

Sodré busca na própria cultura negra as fontes que dão significação para o samba. O autor se apoia principalmente na síncopa iterativa das músicas da diáspora negra e sua relação direta com a religiosidade e a dança, que vão contra a redução do corpo negro à mera máquina produtiva pretendida pela sociedade escravocrata. A síncopa⁶ enquanto “*missing beat*” leva os ouvintes a preencherem com o corpo – através de palmas, balanços, dança etc. – essa batida que falta. É aí que se encontra o poder mobilizador da música da diáspora negra nas Américas, referindo-se também ao jazz. Portanto, é no apelo do movimento corporal que reside a resistência do negro em não se converter em simples objeto de trabalho. “O corpo exigido pela síncopa é aquele mesmo que a escravidão procurava violentar e reprimir culturalmente na História brasileira: o corpo do negro” (SODRÉ, 1998, p. 11).

⁶ Citando Sodré temos que a síncopa “é a ausência no compasso da marcação de um tempo (fraco) que, no entanto, repercute noutro mais forte” (SODRÉ, 1998, p. 11).



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

A mistura de costumes da sociedade carioca, a abolição da escravidão e a vida social urbana tornaram os batuques africanos menos ostensivos. Portanto, no final do século XIX começava a se desenhar no Rio de Janeiro ritmos musicais tipicamente brasileiros como o lundu, o maxixe e o samba, que começavam a se incorporar às festas populares e ao espaço urbano como forma de integração social do negro:

Apesar de suas características mestiças, (misto de influências africanas e europeias), essa música fermentava-se realmente no seio da população negra, especialmente depois da abolição, quando os negros passaram a buscar novos modos de comunicação adaptáveis a um quadro urbano hostil. (SODRÉ, 1998, p. 13)

Ao discorrer sobre a relação entre samba e indústria, Sodré nos aponta que foi devido a um processo de adaptação e reelaboração de elementos da cultura negra que o samba pôde se afirmar como “gênero-síntese” (SODRÉ, 1998, p. 35) apropriado para a radiodifusão, gravação e comercialização em termos capitalistas, acompanhado da profissionalização dos músicos negros e mestiços⁷ como meio de integração social. O autor não descarta o fato de que a busca por uma identidade nacional da elite política e intelectual processada nos anos 20 e 30 tenha possibilitado sua intensa comercialização nos moldes urbano-industriais, entretanto, ele encara esse elemento mais como uma expropriação do que uma negociação, como faz Vianna.

No entanto, afastando-se de uma visão mecanicista, Sodré coloca que essa expropriação não se trata de um roubo deliberado, mas sim de uma consequência da própria lógica do modo de produção industrial capitalista:

O samba tradicional passou a servir de fonte para uma variedade de produtos destinados ao consumo das camadas médias urbanas. Esses produtos [...] sustentam a penetração do disco como bem de consumo – apoiado nas indústrias do rádio e da televisão – na sociedade brasileira. (SODRÉ, 1998, p. 50)

Apesar de constatar esse movimento de entrada do samba na indústria cultural e do espetáculo, Sodré nos indica que “nenhum poder se exerce sem que haja resistência”

⁷ Nesses músicos, “o samba era uma referência permanente, que se podia recalcar ou exhibir, de acordo com as circunstâncias”. (SODRÉ, 1998, p. 37)



(SODRÉ, 1998, p. 55) lembrando o trabalho do filósofo Michel Foucault. Mesmo fazendo parte do sistema ideológico dominante, o samba sempre possuiu espaços e circuitos de produção paralelos que permitem que ele se mantenha como um movimento de afirmação e continuidade dinâmica e histórica de valores da cultura negra:

É no interior desses lugares paralelos que o samba pode ainda hoje constituir-se numa prática de resistência cultural negro-popular. [...] O samba, entretanto, é muito mais que uma peça de espetáculo, com mal definidas compensações financeiras. O samba é o meio e o lugar de uma troca social, de expressão de opiniões, fantasias e frustrações, de continuidade de uma fala (negra) que resiste à sua expropriação cultural. (SODRÉ, 1998, pp. 58)

Associando o sentido de identidade e resistência negra ao samba, ressaltando o lugar do corpo negro na gênese e desenvolvimento dessa manifestação cultural, Sodré se contrapõe a Vianna e à sua tese mediadora da consagração do samba como música símbolo da brasilidade. Para o primeiro o corpo é a chave para o entendimento do samba como prática social de resistência, já o segundo vê nele um gênero musical construído por mediações interculturais. É nesse contraponto que vamos nos deter para analisar o lugar do corpo nas rodas de samba e nos programas televisivos.

O corpo, a roda e a TV

Compartilhamos com Muniz Sodré a perspectiva de que o samba foi alçado a gênero musical símbolo da brasilidade mais por uma expropriação do que por um intercâmbio cultural. A questão da negociação, como insiste Vianna, de fato ocorreu, mas não somente por existir certa “promiscuidade entre elite brasileira e povo brasileiro” (VIANNA, 2004, p. 69), mas justamente pelo caráter de resistência do samba.

A distinção de classes no campo artístico musical vem sendo feita desde os tempos coloniais entre a música dita erudita e a popular⁸. Os privilégios classistas das

⁸ O que ainda hoje pode ser notado em relação ao funk, música contemporânea dos morros cariocas, que sofre constante discriminação e perseguição. Já houve ocasiões em que comunidades foram proibidas de realizar os bailes funks e esse quadro só foi revertido a partir da militância de setores organizados como é o caso do movimento APAFUNK (Associação dos profissionais e amigos do funk).



elites sempre geraram movimentos de preconceito e exclusão, o que é relatado por diversos sambistas, a exemplo de João da Baiana, com as detenções de instrumentos e de pessoas por se fazer samba ou macumba (a tentativa de repressão dos corpos se dava até no nível da legalidade). A manutenção desses hábitos é parte da resistência cultural negro-popular frente à hegemonia dos setores dominantes, fator este que não pode ser minimizado, como faz Vianna, mesmo no período em que o samba é símbolo de brasilidade.

E, neste sentido, a conversão de uma simbologia popular e étnica em nacional acaba por velar a dominação social da classe hegemônica, o que torna ainda mais difícil a sua denúncia. Esse cenário se diverge daquele pintado por Vianna, onde a diferença de poder não interfere nas relações socioculturais para a consolidação do samba como ritmo musical nacional.

O sociólogo Florestan Fernandes já indicara em seu trabalho *A integração do negro na sociedade de classes* (1978), como as classes dominantes permaneceram com uma ideologia arcaica em relação aos negros libertos e seus descendentes, mesmo num contexto histórico de modernização capitalista. Para ele, a democracia racial é um mito que acaba por isentar a classe dominante majoritariamente branca e responsabiliza a população negra pela sua inserção debilitada na sociedade moderna brasileira. Ao retomar Fernandes neste debate, não pretendemos aqui indicar, tal como ele, que a questão racial é essencialmente uma questão econômica ligada ao modo de produção capitalista, entretanto, é necessário o encadeamento das questões de raça e classe. Isso porque a questão da presença *versus* invisibilidade do corpo negro na sociedade brasileira vai muito além das suas manifestações culturais, mas também se dá primordialmente no âmbito socioeconômico.

Para direcionar a chave de leitura da luta de classes para o campo cultural, vamos nos valer da posição do psicólogo José Novaes, que também se debruça na temática do universo musical do samba. Em seu livro *Nélson Cavaquinho: luto e melancolia na Música Popular Brasileira* (2003), ele dialoga com Hermano Vianna e aponta que este acentuou o caráter de construção do conceito de nacionalidade, desvinculou o sentido do popular de uma visão de classes da sociedade e, por



consequência, não deu significância para uma diferenciação entre o popular e o hegemônico.

Novaes recusa a visão que denomina de idílica e mitificadora acerca das relações socioculturais interclassistas descritas por Vianna, que ao se afastar de uma visão de classes, se apoia nas teses freyrianas de valorização da mestiçagem para tratar da exaltação do samba na elaboração da identidade nacional. Para o psicólogo, a principal crítica a ser feita ao trabalho do Vianna é “a rejeição do conceito de classes e luta de classes, [...] desqualificando muitos e muitos anos de lutas dos dominados, em busca de sua inserção social” (NOVAES, 2003, p. 50). Essa questão acaba acarretando também na negação dos sentidos de resistência e dominância, e no apaziguamento da dicotomia, mesmo que dialética, entre cultura popular e cultura erudita presente na sociedade.

Desse modo, o corpo negro não foi de todo reprimido e invisibilizado. Referenciando o pensamento de Foucault (1976), mesmo o desenvolvimento do biopoder e dos dispositivos da biopolítica – que insere o racismo nos mecanismos do Estado moderno para manutenção da dominância nas relações de poder – não pôde contê-lo. Por isso, a necessidade da negociação, da apropriação de elementos da cultura negro-popular para a simbologia brasileira. Não é à toa que foi no contexto do governo populista de Getúlio Vargas que o samba finalmente se consagra e se solidifica como símbolo da identidade nacional.

Refutar a tese de Hermano Vianna não implica em coloca-lo numa posição de intelectual racista. Em seu artigo *Mestiçagem fora de lugar* (2004), ele defende que a valorização da mestiçagem pode ser um trunfo brasileiro no combate ao preconceito e à discriminação. A realidade empírica, no entanto, nos mostra que, em geral, os mestiços se encontram em posições muito semelhantes à dos negros e que, muitas vezes, a afirmação da mestiçagem se dá na tentativa de minimização ou negação da negritude. Portanto, a filiação teórica freyriana de Vianna num momento histórico no qual o discurso de valorização da mestiçagem já foi relativizado, faz com que seu trabalho tenha uma abordagem altamente apaziguadora e dissimuladora dos conflitos raciais e classistas. E esta sua perspectiva perpassa seu trabalho como produtor cultural, como fica claro no já citado programa *Esquenta* de Regina Casé na TV Globo, que tem uma



atuação muito semelhante à da elite intelectual pintada pelo antropólogo em *O mistério do Samba*: a postura de validadora da cultura popular brasileira.

É claro que, em muitos casos, isso ajuda a veicular certas manifestações culturais populares. Entretanto, a seleção dos conteúdos e formatos dessas manifestações continua sendo feita por uma elite cultural/ intelectual que passa pelo próprio Hermano Vianna e pela apresentadora, e chega ao grande público como se fosse uma festa das massas populares brasileiras, mais uma vez transformando em alegoria nacional (uma espécie de “gente que faz”, ou sou “brasileiro e não desisto nunca”, para citar alguns jargões propagandísticos) as manifestações culturais dos setores subalternos de nossa sociedade, principalmente dos afrodescendentes. Temos aí novamente a apropriação da cultura popular pela sociedade do espetáculo e, em muitos casos, pela indústria cultural. É nesse momento que se distorce a questão da identidade cultural desses setores, que passam a ser representados pelos meios de comunicação oficiais e pelo próprio mercado.

Quando da apropriação de uma prática cultural como o samba, seja pela indústria cultural, seja pelos meios de comunicação, o lugar do corpo pedido pela síncopa, como elabora Muniz Sodré, é necessariamente formatado, quando não é suprimido. Note-se, por exemplo, a liberdade do corpo numa roda de samba, onde o público interfere na apresentação cantando, dançando, batendo palmas, puxando uma música. Agora compare a isso o público do Sambódromo, enfileirado na arquibancada, de interação reduzida com os componentes e a bateria da Escola, onde até mesmo os que desfilam são enquadrados pelo espaço temporal da avenida. O formato de círculo da roda de samba foi desfeito para se tornar uma linha reta, onde o desfile assume a conformação de uma corrida/disputa e não de uma interação social. Quando nos dirigimos para a TV, esse corpo fica ainda mais suplantado: o público nos auditórios e os artistas no palco. A espontaneidade é perdida pela supressão do corpo e pela também perda de tempo e espaço, não permitidos pelos cenários e tempos de gravação. A atuação de Hermano Vianna e Regina Casé como mediadores da cultura popular brasileira acaba por tornar uma manifestação cultural como o samba em uma cultura formatada, que vai contra o meio de comunicação mais pedido por este gênero musical, que é o próprio corpo. E quando se reprime o corpo, se reprime também a própria



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

identidade cultural negra, aquela mesma referida por Stuart Hall como sutura entre as subjetivações e os discursos que habitam o mundo. Muitas vezes essa identidade é distorcida por ser apresentada como alegoria, como exótico ou excêntrico. A cultura popular acaba ficando sujeita a estereotipações, figurinos exuberantes e o corpo negro, muitas vezes, representado somente pela voluptuosidade da Globeleza.

Referências

CABRAL, S. *As escolas de samba do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Lumiar Editora, 1996.

DINIZ, A. *Almanaque do samba: a história do samba, o que ouvir, o que ler, onde curtir*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

FERNANDES, F. *A integração do negro na sociedade de classes*. São Paulo: Ática, 1978.

FOUCAULT, M. “Aula de 17 de março de 1976”. In: *Em defesa da sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

HALL, S. *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. Tradução e revisão de Ricardo Uebel, Maria Isabel Bujes e Marisa Vorraber Costa. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/NECCSO/downloads_pesquisadores.htm>. Acesso em: 29/05/2012.

_____. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Organização Liv Sovik; Tradução de Adelaine La Guardia Resende et al. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: UNESCO, 2003.

NOVAES, J. *Nélson Cavaquinho: luto e melancolia na Música Popular Brasileira*. Rio de Janeiro: Intertexto/ Oficina do autor, 2003.

SODRÉ, M. *Samba, o dono do corpo*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

THOMPSON, E. P. *Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

VIANNA, H. *Mestiçagem fora de lugar*. Caderno Mais! Folha de S. Paulo, São Paulo, pp. 4-6, 27 jun. 2004.

VIANNA, H. *O Mistério do Samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar/ UFRJ, 2004.



Crônica de uma cidade: o Rio de Janeiro da telenovela e a campanha social de Caminho das Índias¹

Elaine Christovam de Azevedo²
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Resumo:

O Rio de Janeiro é a cidade que mais comparece nas telenovelas. Suas ruas, seus monumentos, tudo serve de palco para o desenrolar dos dramas que surgem na tela da TV. É também um palco privilegiado de ações de merchandising social. Neste artigo, pretende-se tomar como exemplo a novela *Caminho das Índias*, de 2009, para mostrar como a esquizofrenia foi muitas vezes abordada a partir da relação do corpo do personagem com o corpo da cidade, constituindo-se não apenas em cenário, mas, em parte integrante da trama.

Palavras-chave: telenovela; cidade; corpo; Rio de Janeiro; esquizofrenia.

A cidade como palco e cenário das telenovelas

No ano de 2011 a telenovela brasileira completou 60 anos, mantendo-se como um dos principais produtos da indústria do entretenimento em nosso país. Por mais que, ocasionalmente, alguns críticos o seu fim, o número crescente de produções em diferentes emissoras parece mostrar o contrário. Além disso, na atualidade, é no mínimo equivocado aferir o sucesso ou fracasso de uma trama, com base unicamente nos índices de pesquisas, sem considerar todos os meios disponíveis para que o público acompanhe a trama, como por exemplo, a internet e os meios transmídia. Pode-se não assistir mais as cenas no momento em que vão ao ar, mas, basta entrar em sites como *Youtube* para verificar que os vídeos relativos a estas estão frequentemente entre os mais assistidos.

Podemos pensar que a relação afetiva que o brasileiro estabelece com a telenovela se dá devido a uma identificação com as situações vividas pelos personagens na tela. Cabe lembrar que o produto tal como é hoje se consolidou a partir da década de 60, quando os

¹ Trabalho apresentado no GT Corpo e Gênero na Contemporaneidade do IX Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio.

² Mestranda em Comunicação Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Orientador: Ricardo Ferreira Freitas. Especialista em Teoria e Clínica Psicanalítica pela Universidade Gama Filho e em Gestão de Recursos Humanos pela PUC-RIO, graduada em Psicologia pela Universidade Gama Filho. Email: elainechristovampsi@yahoo.com.br



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

sheiks e princesas das primeiras tramas foram gradualmente sendo substituídos por personagens que poderiam ser nossos amigos, vizinhos ou conhecidos. As novelas passaram a traçar um painel da realidade brasileira e pode-se creditar a isto grande parte do sucesso que obtém até hoje. Referindo-se a tal evolução, Alencar (2002, p.51) menciona que:

Antônio Maria e Beto Rockfeller, da TV Tupi abriam caminho para a renovação da telenovela brasileira. Traziam o cotidiano dos brasileiros para a tela da TV com diálogos mais verossímeis e uma direção de câmara mais ágil e despojada. As duas novelas fizeram grande sucesso e alertaram os produtores brasileiros para o fato de que o público já estivesse cansado de sheiks, duques e duquesas, de toda a distância espaço-temporal do dia-a-dia do telespectador que caracterizava a telenovela até então. Ambas irão buscar inspiração nas realidades multifacetadas das diversas regiões do país e darão início ao processo de desenvolvimento do gênero

O sucesso das novelas citadas impulsionou a Rede Globo, concorrente da Tupi, a demitir a cubana Glória Magadan e aposentar suas mirabolantes histórias no estilo “as mil e uma noites”, substituindo-as por tramas mais ágeis e mais próximas do cotidiano do telespectador. Hoje as narrativas televisivas se aproximam da chamada vida real e por vezes se confundem com esta. Ao mesmo tempo em que programas jornalísticos abusam de dramatizações para noticiar os fatos e reality shows fazem sucesso oferecendo uma realidade formatada, as telenovelas trazem temas do cotidiano para dentro de suas obras e chegam a inserir dados e personagens reais na história que está sendo contada. Falam ainda, de alguma maneira, sobre a sua época. Não apenas lançam modas, mas, também trazem os costumes do povo para dentro da tela da TV.

Embora a cidade de São Paulo tenha servido de cenário para as tramoias do anti-herói Beto Rockfeller e as aventuras e desventuras de Antônio Maria, personagens título de novelas que são consideradas as pioneiras em apresentarem personagens populares, observamos que pouco a pouco o Rio de Janeiro passa a ser o cenário mais frequente das peripécias vividas na teledramaturgia. Um levantamento feito por Stocco (2009) sobre as cidades onde se passavam as novelas do horário nobre da Rede Globo no período de 1982 a 2008 demonstrou que das 43 novelas do período, 25 foram ambientadas, pelo menos



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

parcialmente, no Rio, isto é 58,14% das tramas. Se acrescentarmos as novelas de 2009 até 2012, este número se amplia, pois todas, sem exceção, traziam a cidade, ainda que dividindo espaço com outras localidades.

Stocco (2008, p.188) diz que o fato de a Rede Globo, maior emissora do país, ser carioca contribui para esta situação, mas, não a explica por si só. Segundo a autora deve-se levar em consideração o fato de que os telespectadores aceitam o Rio como possível referência de sua própria visão do país. Podemos completar dizendo que isto se deve em grande parte à vocação cultural da cidade.

É possível aqui traçarmos uma analogia com o que Freitas e Fortuna (2009, p. 102-103) falam acerca do Rio de Janeiro como palco de megaeventos. Segundo os autores, a reforma Pereira Passos, com a ampliação das ruas e a iluminação permitiu novos hábitos e intensa sociabilidade e possibilitou que a partir da década de 20 a cidade ganhasse prestígio e visibilidade e começasse a se desvincular do modelo parisiense para construir uma identidade típica. Com a perda do status de capital do país e posteriormente com os noticiários veiculando notícias que enfatizavam a violência gerada pelo tráfico de drogas e outras mazelas, o Rio sofreu um duro golpe na sua imagem de “cidade maravilhosa”. Apesar disso, o carioca vai superando suas dificuldades buscando não se afastar da vocação de ser um extrovertido centro de produção cultural (Freitas e Fortuna, 2009, p. 105).

Há uma gama de representações que se pode ter sobre uma cidade e ao falar sobre a complexidade desta situação Souza (2011, p 63) faz uma interessante comparação:

Assim como um jornal impresso é dividido em editoriais, a cidade também se divide. Ela é violenta, boêmia, simpática, litorânea, corrupta, ensolarada, exótica. Não há razão para limitar suas designações justamente porque a cidade é coberta de imaginários, de figuras, de emblemas. A cidade se move, é coletiva, fluida, se reinventa a cada instante. Ela é tudo isto, mesmo que determinada representação se encontre em destaque.

Ao trazer tais afirmativas para o mundo das telenovelas, vemos que a diversidade de tipos, bairros e ruas ou até mesmo a alcunha de cidade partida que o Rio traz consigo possibilita que os autores possam criar personagens de diversos estilos e classes sociais que interagem entre si.



O corpo da cidade

A cidade não é só concreto, casas e edifício sem vida. É também muito mais do que a sua simples geografia. É o resultado das pessoas que nela circulam, das culturas que se entrecruzam. A cidade afeta nossa subjetividade e determina nossos modos de vida. Segundo Gonçalves (2007, p.55) é uma experiência, que participa juntamente a outros elementos da vida social dos processos de constituição dos modos de vida e produção do sentido.

Sennett (2008) nos ensina que a cidade tem um corpo tal como o humano, com suas veias, artérias e articulações. Um corpo que pulsa, que vibra, que está constantemente em um fluxo de movimentos. Podemos pensar que a cidade tem um corpo e uma alma, que se constitui a partir das representações criadas sobre ela. Para Muniz Sodré (2002, p.31):

Quando lemos a cidade não apenas como urbes (conglomerado de casas, ruas e habitantes), mas, como civitas ou polis, isto é, como comunidade e vivência, somos compelidos a levar em conta que ela, como as pessoas, vive também de “fantasmas”. Ou seja, vive de fantasias, de representações próprias ao regime da visibilidade que se construiu para ela.

Cada cidade tem a sua marca. Cada uma tem suas músicas, seus poemas e é vivida de forma mais ou menos apaixonada por seus habitantes. O Rio de Janeiro pode ser visto como uma cidade apaixonante, assustadora ou ambas as coisas. Segundo Saad (2002, p.29) desde o início o Rio foi a contradição entre as idealizações de um projeto além-mar e as improvisações e equívocos do dia a dia.

Apesar do estigma de cidade violenta e caótica – que, tem é claro, o seu fundo de verdade – o Rio de Janeiro é também uma cidade que convida às atividades ao ar livre. Parafraseando a gaúcha Adriana Calcanhoto, podemos dizer que cariocas não gostam de dias nublados e sinais fechados³, tanto quanto não gostam de lugares fechados.

Uma novela precisa de cenários que favoreçam encontros e desencontros. Os autores precisam ambientar suas tramas em locais onde os personagens possam circular e

³ Trecho da Música *Cariocas*.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

traçar suas redes de relações, ainda que estas se iniciem com uma coincidência, como um simples esbarrão. A isto uma cidade como o Rio de Janeiro se presta bem, pois a paixão pelo espaço público faz o carioca fazer da rua uma extensão de sua casa (Freitas e Oliveira, 2009, p 105).

Para McLuhan (2007, p.144) a casa é uma extensão do corpo humano e as cidades são extensões ainda mais amplas dos órgãos corpóreos. Partindo desta lógica, podemos pensar que para representar a vida humana, a telenovela precisa mostrar a cidade na qual se passa. Assim, mesmo novelas visivelmente gravadas apenas em estúdio reproduzem o burburinho das ruas.

A análise descritiva das cenas que compõe uma telenovela permite constatar que cidade não é só cenário, é também personagem das tramas. Monumentos como o Pão de Açúcar e o Cristo Redentor, assim como imagens panorâmicas de belas paisagens, de suas favelas ou ruas são frequentes em cenas de stock shot⁴ das novelas passadas no Rio, pois ajudam a identificar imediatamente de qual local se está falando. O mesmo acontece com a trilha sonora. Basta um breve olhar em retrospectiva, para notar que em muitas tramas, a cidade parece merecer seu próprio tema musical.

A novela *Aquele beijo* trazia na abertura, a música *Garota de Ipanema*, internacionalmente conhecida e sempre associada à beleza carioca. Já a novela *América* apresentava a maliciosa personagem Lurdinha ao som de *Ela é carioca*, contribuindo para reforçar certa representação que se faz das mulheres da cidade. Da Feira de Acari ao bom lugar “pra passear a beira-mar” (Copacabana), do Andaraí do tempo de Dondon até a Madureira para onde vai “quem não pode ir de Nova York”⁵, todos estes bairros fizeram parte da trilha sonora de novelas da Rede Globo. Novelas que em determinados momentos convidavam o telespectador a se transformar em uma espécie de *voyeur* eletrônico, que flana por uma cidade imaginária, que ganha vida nas telas da TV.

⁴ Stock shot é como se chamam as cenas inseridas no meio das telenovelas, com a finalidade de transmitir a ideia de passagem do tempo e de localização.

⁵ Referência às Músicas Feira de Acari, Sábado em Copacabana, Tempo de Dondon e Vai de Madureira, que fizeram/fazem parte respectivamente das novelas Barriga de Aluguel (1990), Paraíso Tropical (2007), Celebridade (2003) e Aquele Beijo (2012)



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Motter (2004, p.254-256) compara a telenovela à crônica dos hábitos de uma cidade e afirma que nem uma nem outra são produto do simples fantasiar, pois ambas se estruturam em cima de uma ancoragem nas questões de interesse social e humano. Considera que:

Situada no passado ou no presente, tratando de temas históricos ou puramente ficcionais, a telenovela incorpora em sua narrativa elementos de diversos sistemas semióticos e fala do hoje, rearticulando dados da memória coletiva na produção de sentidos renovados e se firma como documento histórico, lugar de memória, refratando, pela ótica ficcioautoral, um momento do desenvolvimento da sociedade brasileira.

A mescla entre ficção e realidade tem sido utilizada com frequência nas telenovelas para promover campanhas sociais que saltam da tela da TV para as ruas. O assunto tratado na novela serve tanto para conversas entre amigos como para pautas de programas jornalísticos. O merchandising social cumpre um duplo papel, pois contribui para o lucro que as telenovelas proporcionam às emissoras, ao mesmo tempo em que informa e esclarece a sociedade quanto às temáticas abordadas.

Para Stocco (2009, p.3)

... o Rio de Janeiro apresentado nas telenovelas é local privilegiado para o merchandising social e, sobretudo para a conciliação da tradição e da modernidade por possibilitar a convivência de pessoas de diferentes classes sociais e diferentes origens e por ser conhecido no senso comum como lugar de vanguarda onde novos comportamentos, hábitos e consumo de moda tem origem no Brasil.

O Merchandising social em *Caminho das Índias* e a relação entre o corpo da cidade e o corpo do personagem

Em 2009, a novela *Caminho das Índias* abordou a esquizofrenia, enfocando as dificuldades do portador da doença e os preconceitos sofridos pelo mesmo. Com o objetivo de desvincular a imagem dos esquizofrênicos do estereótipo de perigosos e mostrar que suas vidas não giram unicamente em torno da doença, o telespectador foi apresentado a Tarso e Ademir, dois jovens, de classes sociais distintas, que tinham interesses e preocupações próprios da idade, como carreira e romance.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

A novela tinha início com Ademir se tratando em um hospital psiquiátrico, com o apoio da mãe, empregada doméstica, que sofria com a doença do filho, mas aceitava e acolhia. Apesar de alguns surtos ocasionados por lapsos no tratamento, como a recusa eventual em tomar os remédios, o rapaz tinha os sintomas controlados pela medicação.

Já a evolução da doença de Tarso foi mostrada no decorrer dos capítulos e por isto, nos permite acompanhar como a relação do corpo da personagem com o corpo da cidade foi gradualmente se modificando à medida que os sintomas iam se manifestando com mais força. A trama do personagem passava-se na Barra da Tijuca, bairro da zona oeste do Rio de Janeiro, que contém algumas peculiaridades. Até pouco tempo atrás se constituía em área de dunas e mangues, tendo virado posteriormente um bairro de classe média alta e sido associado aos chamados emergentes.

Fazendo um paralelo com esta representação, podemos dizer que a Barra é um bairro que tem emergido recentemente ao posto de cenário da teledramaturgia brasileira. Caracteriza-se por grandes avenidas e pela quase ausência de esquinas e lojas de ruas. Como as novelas precisam de lugares que propiciem os encontros e desencontros de seus personagens, somente há pouco tempo o local passou a figurar nas tramas como um bairro onde moram e circulam os personagens. *Fina Estampa*, transmitida entre agosto de 2011 e março de 2012, foi a primeira telenovela a se passar integralmente na Barra da Tijuca. Antes disso, entretanto, a Barra era o bairro por onde circulavam os personagens ricos de Caminho das Índias, enquanto o núcleo pobre/cômico da história residia na Lapa, inclusive, Ademir.

Cabe apontar que, embora o Rio de Janeiro fosse o cenário das tramas brasileiras, a autora Glória Perez brincou com a noção de território ao nos apresentar uma geografia que só existe na ficção. Assim, os personagens constantemente viajavam do Brasil para Índia rapidamente e em poucos minutos alguém se locomovia da Barra da Tijuca até a Lapa, bairros que ficam a cerca de 40 km de distância um do outro. O Rio da novelista pode, portanto, ser visto metaforicamente como um ponto de partida para o resto do mundo.

À medida que os sintomas da esquizofrenia vão se desenvolvendo, o corpo do personagem Tarso se modifica e isto influenciará na sua relação com a cidade. Sabemos



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

que o corpo humano é muito mais do que um invólucro de carne, ossos e tecidos. É permeado de representações. Aprendemos e incorporamos desde a infância determinados gestos, de tal forma que o aprendido adquire conotação de natural. Como exemplo, podemos citar desde o uso de talheres pelos ocidentais até gestos mais claramente culturais, como o fato do carioca cumprimentar-se com dois beijos no rosto, o mineiro com três e o paulista com um único beijo. As roupas também se inscrevem neste registro. Para os homens escoceses pode ser natural usar saias, mas, se um brasileiro adotar tal traje, provocará no mínimo uma estranheza. Os índios que ainda vivem nas aldeias e preservam seus próprios costumes, têm uma relação diferente com a nudez daquela que caracteriza o homem “civilizado”.

... o corpo não é natural porque em cada cultura, em cada indivíduo, o corpo é constantemente preenchido por sinais e símbolos. Não somente não há nada de natural no corpo, como a pele não é o seu limite: e quando a pele transpõe seus limites, ela se liga aos tecidos orgânicos da metrópole (Canevacci, 2008, p.18).

Quando falamos em esquizofrenia e em metrópole, pensamos então em uma quebra nesta técnica corporal, em gestos que perdem a suposta naturalidade, tornando-se bizarros aos olhos de quem está ao redor. Ao mesmo tempo, não há uma ruptura total com a cultura na qual o sujeito se insere. Prova disso é o estudo comparativo realizado por Moreira e Boris (2006) com esquizofrênicos brasileiros e chilenos, que se encontravam em tratamento em seus países. A conclusão dos pesquisadores foi de que, enquanto os primeiros relacionavam a doença a aspectos religiosos, os segundos restringiam seu discurso ao âmbito médico. Vemos então como a cultura brasileira, influenciada por forte sincretismo religioso, se manifesta também na doença.

Na novela, a expressão corporal do ator que interpreta Tarso modifica-se conforme o avanço da doença na história. Os gestos começam a ficar endurecidos, como se adotasse uma eterna proteção. O mesmo se dá com as roupas do personagem, que se tornam pesadas e escuras; bermudas e camisetas típicas do jovem carioca cedem lugar a mangas compridas e capuzes, numa total dissonância com o clima ensolarado do Rio de Janeiro. Tal encobrimento, comum na psicose, pode ser visto como uma tentativa de proteção, afinal o



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

estado psicótico é a expressão mórbida da tentativa que o eu faz para se preservar, para se livrar de uma representação inassimilável, que a maneira de um corpo estranho ameaça sua integridade (Zolty, 2001 p.36)

Em um momento anterior à eclosão da esquizofrenia, as cenas mostradas exploram ao máximo as belezas naturais da cidade e o conceito de juventude carioca. O primeiro beijo de Tarso em Tônia, seu par romântico, acontece na praia e, muitas vezes, a areia, o calçadão ou a vida cultural da cidade servem como pano de fundo para o romance. Com a evolução da doença, porém, a cidade passa a ser retratada como ameaçadora sob a ótica do personagem. É como se o corpo da cidade passasse a ser ameaçador para o seu próprio corpo. O Rio deixa de ser sinônimo de céu azul, mar e belas paisagens para mergulhar na atmosfera sombria de sua mente. O caos urbano passa a ser a representação predominante.

A primeira cena de surto de Tarso já evoca a transformação de sua relação com a cidade. O rapaz perde-se por entre os carros que circulam na rua e efeitos especiais nos convidam a entrar na mente do personagem e vermos juntos com ele carros se transformando em estilhaços de notas musicais ao som de uma música densa.

Em outra cena, Tarso circula sem rumo da Barra até a Lapa, onde atira pedras a esmo para defender-se de uma ameaça que só existe em sua mente perturbada. Várias outras cenas abordam o andar sem rumo do esquizofrênico, que circula pela cidade, mas, tem com ela uma relação de despertencimento, assim como o tem com seu próprio corpo. Não se trata mais de sua cidade, da cidade-mãe, que acolhe, mas, de uma ameaça em potencial.

Considerações finais

A pluralidade cultural, geográfica e populacional do Rio de Janeiro favorece que a cidade seja frequentemente utilizada como cenário ou mesmo como personagem das telenovelas. A teledramaturgia trabalha com as representações existentes da cidade – maravilhosa, partida, romantizada, dramática/violenta e também inscreve novas representações no imaginário nacional. A novela reproduz uma realidade e é reproduzida por ela ao lançar modas e suscitar discussões.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Em uma cidade apelidada de “Rio 40 graus” é comum a exposição dos corpos e o ideal imaginado passa a ser o da “juventude sarada”. No século XXI, padrões estéticos são assimilados à noção de saúde e é desta forma que o carioca é apresentado na mídia e na telenovela.

Para Sennett (2008, p.22):

O corpo humano encobre um caleidoscópio de épocas, uma divisão de sexos e raças, ocupando um espaço característico nas cidades do passado e nas atuais (...) Imagens ideais do corpo humano levam à repressão mútua e à insensibilidade, especialmente entre os que possuem corpos diferentes e fora do padrão. Em uma sociedade ou ordem política que enaltece genericamente "o corpo", corre-se o risco de negar as necessidades dos corpos que não se adequam ao paradigma.

Podemos aqui fazer uma analogia com o que Zolty (2001) chama de “corpo estranho” no psiquismo do psicótico, pois, historicamente o corpo deste também tem sido visto como um corpo estranho à cidade, que por isto, precisa ser extirpado e, conseqüentemente, escondido atrás dos muros de uma instituição. Esta é uma das razões pelas quais, na atualidade, muitos trabalhadores da saúde mental defendem o fim da internação dos ditos loucos e sua substituição por tratamento ambulatorial. Desta forma, o doente mental teria reassegurado o direito de circular livremente pela cidade, o que contribuiria para a diminuição da estigmatização.

Na novela Caminho das Índias, ao que tudo indica, a autora preferiu centrar a discussão no sofrimento do paciente psiquiátrico e de sua família. O esquizofrênico foi mostrado como alguém acometido por uma doença, independentemente de julgamentos morais (ao contrário de tramas anteriores em que a loucura comparecia como castigo final para o vilão, recurso cômico ou justificativa para atos bizarros/cruéis). A nosso ver, a coerência desta escolha deve-se ao fato de que objetivo da campanha era simplesmente diminuir o preconceito contra os portadores de esquizofrenia.

É interessante notar ainda como a cidade do Rio de Janeiro foi utilizada no processo de adoecimento do personagem Tarso, que teve gradualmente sua representação de jovem-padrão-carioca alterada para o de alguém que estranha e é estranhado por sua própria



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

cidade. Já para Ademir, ocorreu o processo inverso, pois a cidade tornava-se menos ameaçadora à medida que ele se tratava e a ela se adaptava.

O corpo humano, assim como o corpo da cidade, é uma construção. Ambos se perpassam e se completam e, ao reproduzir uma realidade, a telenovela deve considerar tais fatores a fim de gerar a identificação necessária com o público, sobretudo, se deseja promover campanhas de cunho social.

Assim, a adoecimento de Tarso foi mostrado a partir de alterações em seu relacionamento com os demais personagens, na visão de seu próprio corpo e no corpo do local por ele habitado. No final da novela, o rapaz teve assegurado seu final feliz ao lado da namorada, passou a ser aceito pelos pais, tal como era, com suas imperfeições e fraquezas, e terminou “aprendendo a ser louco”, conforme a música de Raul Seixas⁶ entoada por ele no último capítulo. A ideia passada para o telespectador foi a de que, embora não exista mais volta possível para um estágio anterior a eclosão da doença, é possível ao portador da esquizofrenia, desde que devidamente tratado, aprender a lidar com os sintomas e, conseqüentemente, reconstruir as relações afetadas pela doença.

Acreditamos que, embora não seja possível saber, sem prévia pesquisa, se a novela, de fato, foi capaz de modificar a representação do telespectador acerca da esquizofrenia, é possível apontar que ao procurar mostrar a loucura de uma maneira diferente da que é habitual na teledramaturgia, *Caminho das Índias* abriu caminho para promover uma reflexão acerca do tema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCAR, Mauro. **A Hollywood brasileira: Panorama da telenovela no Brasil**. Rio de Janeiro: SENAC, 2002.

CANEVACCI, Massimo. **Fetichismos Visuais: corpos erópticos e metrópole comunicacional**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2008.

FREITAS, Ricardo Ferreira e FORTUNA, Vânia Oliveira. **O Rio de Janeiro continua lindo, o Rio de Janeiro continua sendo um grande palco de megaeventos**. IN: BORELLI, Silva Helena

⁶ Maluco Beleza



IX POSCOM

**Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012**

Simões e FREITAS, Ricardo Ferreira (org.) *Comunicação, Narrativas e Culturas urbanas*. São Paulo: EDUC; Rio de Janeiro: UERJ, 2009.

GONÇALVES, Fernando N. **Sons da Cidade**. In: *Redes urbanas: comunicação, arte e tecnologia*. Organizadores Ricardo Ferreira Freitas e Rafael Nacif – Rio de Janeiro – EDUERJ, 2007.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.

MOREIRA, Virginia e Boris, Georges Daniel J. Bloc. **O corpo vivido na esquizofrenia no Brasil e no Chile**. *Latin American Journal of Fundamental Psychopathology* on line, VI, nº 1, p.1-20, 2006. Disponível em: <
<http://132.248.9.1:8991/hevila/Latinamericanjournaloffundamentalpsychopathology/2006/vol3/no1/1.pdf> > Acesso em 21 out de 2011.

MOTTER, Maria Lourdes. **Mecanismos de renovação do gênero telenovela: Empréstimos e doações**. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo (Org). *Telenovela: Internacionalização e interculturalidade* São Paulo: Edições Loyola, 2004.

SAAD, Paulo. **O carioca joga e deixa jogar**. In: In PEREIRA, Rui e VIEIRALVES, Ricardo (Org.) *Rio 40 graus; beleza e caos*. Instituto Cultural Cravo Albin V. Labore/UERJ. Rio de Janeiro: QUARTET, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Rio Rio**. In PEREIRA, Rui e VIEIRALVES, Ricardo (coord.) **Rio 40 graus; beleza e caos**. Instituto Cultural Cravo Albin V. Labore/UERJ. Rio de Janeiro: Quartet, 2002.
PAIVA, Raquel e SODRÉ, Muniz. **Cidade dos Artistas: cartografia da televisão e da fama no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

SENNETT, Richard. **Carne e Pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental**. Rio de Janeiro: Bestbolso, 2008;

SOUZA, Mônica. **A cidade como palco da comunicação**. In: FREITAS, Ricardo F e OLIVEIRA, Janete da Silva. *Olhares urbanos: Estudos sobre a metrópole*. São Paulo: Summus, 2011.

STOCCO, Daniela. **A presença da cidade do Rio de Janeiro nas novelas das oito de 1982 a 2008**. In: *Baleia na Rede – Revista online do Grupo Pesquisa em Cinema e Literatura*. São Paulo. UNESP, 2009

STOCCO, Daniela. **“Paraíso Tropical”: Interpretação de um país por meio de uma novela e de uma cidade**. In: *Cenários da Comunicação*, São Paulo, v.7, n.2, p.185-193, 2008.

ZOLTY, L. **Observações Psicanalíticas sobre as psicoses**. In: NASIO, J.D (org). *Os grandes casos de psicose*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.



Análise de Cena: O Gênero em *Bicho de Sete Cabeças*¹

Kelly Cristhine Frizzo²
Universidade Tuiuti do Paraná

RESUMO

O filme *Bicho de Sete Cabeças* (Laiz Bodanzki, Brasil, 2000) foge da posição tradicional e dominante do cinema clássico e parte em busca de outras concepções. Na história, Bodanzki experimenta alternativas importantes que provocam análises mais expansivas sobre diferenciados temas. Visando abordar questões como gênero, homossexualismo e dominação masculina, o presente artigo foca uma cena do filme em especial, onde o protagonista é assediado por um homossexual. O artigo retoma, ainda, conceitos fundamentais sobre prazer visual e cinema dominante, compreendendo modos de análises a partir da comparação com filmes com temáticas semelhantes.

PALAVRAS-CHAVE: cinema; gênero; masculinidade; homossexual.

O filme *Bicho de Sete Cabeças* (Laiz Bodanzki, Brasil, 2000) apresenta a história de Neto, adolescente que tem problemas de relacionamento com a família e, ao ser flagrado pelo pai portando um cigarro de maconha, é internado num manicômio, onde passa por situações degradantes, desumanas e traumáticas. O filme é inspirado no livro *Canto dos Malditos*, escrito em 1990 por Austregésilo Carrano Bueno, que retrata na obra sua experiência no sistema manicomial brasileiro.

Antes, porém, de ser encaminhado à instituição para tratamento, o personagem principal do filme vive aventuras com seus amigos, como a vez em que foi preso por ter pichado um muro. Na cena, o policial picha a sua cara e as dos seus companheiros como uma lição para não ser esquecida. Em outra aventura, Neto e o amigo chamado Lobo decidem ir à praia. Sem dinheiro para nada, ambos acabam na piscina de um apartamento

¹ Trabalho apresentado no GT Corpo e Gênero na Contemporaneidade do IX Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio.

² Mestranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná. Orientadora: Sandra Fischer. Especialista em Comunicação Empresarial pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná, graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Email: kellyfrizzo@gmail.com



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

com uma dupla de homossexuais. Após negar-se a aceitar o assédio de um deles, Neto, enfurecido, vai embora, apesar dos apelos de Lobo, que tenta convencer o amigo a “fazer uma gentileza para os caras” em troca de comida, bebida e drogas.

É a partir desta cena que tem início o objeto deste artigo. São 86 segundos de duração de uma intensa cena, que retrata uma situação recortada da história, tendo como pano de fundo a homossexualidade e a homofobia. Na trilha sonora, “Dinheiro”, de Arnaldo Antunes, auxilia na criação da atmosfera da cena e na condição dos personagens na pequena história que está para ser contada.

A cena inicia com a câmera em movimento, apontada para o céu e, em seguida para a praia, acompanhando a movimentação na orla de Santos, onde veranistas, ambulantes e garis vivem suas rotinas. Da janela de um apartamento, um homem loiro, de meia idade, com cabelos compridos e vestindo roupa de banho desvia o olhar da vida lá fora e observa ao seu lado Neto e o amigo Lobo jogando bola na piscina. Outro homem aproxima-se deles e oferece cocaína aos amigos. Apenas Lobo aceita. Neto se afasta.

Um dos destaques da cena a seguir é a posição da câmera que deixa o espectador dentro da piscina, convivendo diretamente com as expressões do personagem principal. Não há, por sinal, a preocupação com os respingos de água na lente da câmera, de forma a causar algum prejuízo à cena. Coisa que não ocorre.

Neto mergulha e a câmera mergulha com ele, seguindo seu percurso submerso. Ao retornar à superfície, o homem loiro o aguarda à beira da piscina e inicia uma conversa com um Neto desconfiado com a abordagem. O diálogo inicia morno, com o homem perguntando sobre qual esporte o rapaz pratica e, em seguida, confirma seu interesse relacionando seu porte atlético à possível prática de natação. Ainda neste momento o espectador permanece “dentro da piscina”, observando o desenrolar da ação, como se fosse mais uma personagem.

À medida que o diálogo acontece, o homem deixa claro seu interesse por Neto. Ao tentar tocar o peito do rapaz, este lhe interrompe de imediato. O assédio fica mais intenso e Neto o empurra, iniciando uma breve luta entre eles.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Neto, indignado com a situação, sai da piscina e explode: “Porra, que onda é essa, Lobo”. O amigo tenta se defender: “E aí, mano. A gente come, bebe e tem que fazer uma gentileza para os caras...”. Com a frase: “tô fora!”, Neto encerra a breve aventura e sai do apartamento com suas coisas.

A opção de apresentar esta cena como objeto do artigo em detrimento de outras foi feita a partir de leituras sobre o tema gênero sexual no cinema e da pretensão em relacionar tais cenas ao embasamento teórico escolhido. Por fim, a presença da câmera dentro da piscina, na cena em destaque, coloca o espectador como um observador que tem prazer em olhar, condição que também será tratada à luz de alguns autores.

Prazer No Olhar

A câmera dentro e, depois, submersa na piscina do apartamento da dupla de homossexuais e, por fim, seguindo as ações das personagens em cena promovem no espectador o prazer de olhar com fascinação a forma humana, vendo aquilo que é reservado ou proibido. Neste sentido, a cena-objeto deste artigo pode assumir ambas as características: a fascinação de pertencer àquele momento e a possibilidade de participar de algo proibido e censurado. Para Ismail Xavier (1983, p. 85), no cinema, a câmera carrega o espectador para dentro mesmo do filme. “Vemos tudo como se fosse do interior, e estamos rodeados pelos personagens”. O movimento da câmera funciona como um dispositivo que reforça a presença do espectador na cena, o observador astuto.

As metáforas que propõem a lente da câmera como uma espécie de olho de um observador astuto apoiam-se muito no movimento da câmera para legitimar sua validade, pois são as mudanças de direção, os avanços e os recuos, que permitem as associações entre o comportamento do aparelho e os diferentes momentos de um olhar intencionado (XAVIER, 2005, p. 22).

A escopofilia, um dos prazeres possíveis do cinema, que tem como fonte o prazer de olhar e ser olhado (MULVEY, 1983, p 440) é, para Freud, um dos instintos componentes da sexualidade, associando-a ao ato de tomar as outras pessoas como objeto. Neste aspecto, enquanto assistimos ao assédio sofrido por Neto, no filme *Bicho de Sete Cabeças*,



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

assumimos o papel de observadores curiosos sobre as atitudes do assediador e do objeto assediado. É, pois, determinante que se faça uma separação entre a escopofilia e a atividade *voyeur*. Enquanto a primeira trata do prazer em olhar e ser olhado; do prazer em usar uma outra pessoa como um objeto de estímulo sexual através do olhar, a segunda é tida como ato de perversão.

Embora o instinto seja modificado por outros fatores, em particular a constituição do ego, ele continua a existir enquanto base erótica para o prazer em olhar para outra pessoa como objeto. Em seu extremo, esse instinto pode se fixar numa perversão, produzindo voyeurs obsessivos e abelhudos, cuja única satisfação sexual vem do ato de olhar, num sentido ativo e controlador, um outro objetificado (MULVEY, 1983, p. 441).

Mesmo sem a intenção de tornar-se um *voyeur* perverso, na escuridão do cinema, o espectador coloca-se nesta condição à medida que esse contraste o separa da realidade, transformando-o num *voyeur*, escondido no escuro, espionando.

/.../ em sua totalidade, o cinema dominante e as convenções nas quais ele se desenvolveu sugerem um mundo hermeticamente fechado que se desenrola magicamente, indiferente à presença de uma plateia, produzindo para os espectadores um sentido de separação, jogando com suas fantasias voyeuristas/.../as condições de projeção e as convenções narrativas dão ao espectador a ilusão de um rápido espionar num mundo privado/.../ (MULVEY, 1983, p. 441).

Ao acompanhar a cena dentro da piscina, o espectador é transportado para a história, assumindo a posição de quinto elemento em cena. É, portanto, possível considerar a presença da câmera (espectador) como a própria escopofilia, onde se configura o prazer de olhar o personagem homossexual em sua busca pelo prazer e as reações que estão por vir. O espectador está ali, dentro da piscina, espionando curioso e ansioso.

O cinema satisfaz a fascinação pela forma humana e o prazer visual e vai além, desenvolvendo a escopofilia em seu aspecto narcisista, conforme prega o cinema dominante que chama a atenção para a forma humana e onde o tamanho, o espaço e a história são antropomórficos, ou seja, aquilo que se coloca contrário ao abstrato, o que é reconhecido. Trata-se da fascinação pelas semelhanças e a própria construção do ego. O espectador heterossexual se reconhece no papel do protagonista masculino – faz dele seu ego –, pois é macho como o espectador e foge do assédio homossexual como ele fugiria.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

A curiosidade e a necessidade de olhar misturam-se com uma fascinação pela semelhança e pelo reconhecimento: a face humana, o corpo humano, a relação entre a forma humana e os espaços por ela ocupados, a presença visível da pessoa no mundo/.../o cinema possui estruturas de fascinação bastante fortes que permitem uma temporária suspensão do ego, ao mesmo tempo que reforça. (MULVEY, 1983, p. 442).

O Som Que Se Vê

Sobre este cenário, Ismail Xavier (2005, p. 36) comenta que o som presente é mais um fato decisivo de definição clara do espaço que se estende para além dos limites do quadro; na construção de toda uma cena, a descontinuidade visual encontra mais um forte elemento de coesão numa continuidade sonora que indica tratar-se o tempo todo do mesmo ambiente. É o que determina a cena que se inicia fora do apartamento e se liga à cena seguinte por meio da música “Dinheiro”.

Não existe, na cena, um personagem que cante a música ou mesmo a murmure. Ela é, definitivamente, parte da trilha sonora. Porém, os fatores que compõe aquela pequena história que está para ser contada dariam aos personagens em cena o poder de contá-la, em função do entrelaçamento entre a letra e a própria história. A música, porém, permanece apenas na voz e sua representação feita pela cena, pelos personagens e seus corpos. Tecnicamente, o som está integrado à cena, fazendo a história criar vida aos olhos do público. O espetáculo projetado na tela é resultado de uma somatória de elementos diferentes, mas que se complementam: imagens, vozes, efeitos sonoros, música, que organizados, levam ao espectador toda a história que se quer contar.

O corpo reconstituído pela tecnologia e pelas práticas do cinema é denominado por Mary Ann Doane (1983) como um corpo fantasmático, “o qual oferece apoio e também ponto de identificação para o sujeito a quem o filme é dirigido”.

Este corpo fantasmático atua “como pivô para certas práticas cinematográficas de representação, autorizando e sustentando um limitado número de relações entre voz e imagem/.../ Assim como a voz necessita estar ancorada em um determinado corpo, O corpo necessita estar ancorado em um determinado espaço. O espaço visual fantasmático que o filme constrói é suplementado por técnicas planejadas para espacializar a voz, localizá-la, dar-lhe profundidade, emprestando assim às personagens a consistência real (DOANNE, 1983, pp. 458-461).



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

A presença do som no cinema, acrescenta Doane (1983, p. 458), introduz a possibilidade de representar um corpo mais cheio e de confirmar o *status* da fala como um direito de propriedade individual. A voz de Arnaldo Antunes projetando a trilha sonora na cena é o que a autora chama de um corpo específico, o da estrela.

Ao se fazer o som vendável, as qualidades de singularidade e autenticidade não são sacrificadas – não é uma voz qualquer que a fita traz ao consumidor senão a de Ella Fitzgerald. A voz não é separável de um corpo que é bem específico, o da estrela/.../Assim, a voz serve como suporte e apoio para o espectador, no seu reconhecimento e identificação da, e igualmente com, a estrela. (DOANNE, 1983, p. 461).

A Beleza Formal do Cinema Dominante

Entre os anos 1930, 1940 e 1950, o cinema de Hollywood cultuava uma prática cinematográfica baseada na cultura patriarcal, de forma que sua linguagem, enredada em critérios solidificados e dominantes, apresentava a mulher como uma vítima reprimida, sem desejos, silenciosa e portadora de significado e não produtora de significado (MULVEY, 1983, pp. 437-439). Esta concepção tem por base a teoria psicanalítica, usada por Mulvey, para demonstrar como o inconsciente da sociedade patriarcal estruturou a forma do cinema, ou seja, refletindo o controle de uma sociedade pré-estabelecida sobre as imagens, as formas de ver e o prazer no olhar, bem como as formas eróticas e o próprio espetáculo. É o que Mulvey (1983, p. 440) chama de “manipulação habilidosa e satisfatória do prazer visual”.

Xavier (2005, p. 38) acrescenta que a construção do método clássico – onde há a manipulação exata das emoções – significa a inscrição do cinema (como forma de discurso) dentro dos limites definidos por uma estética dominante, de modo a fazer cumprir através dele necessidades correlatas aos interesses da classe dominante.

Avanços tecnológicos, contudo, alteraram as condições econômicas da produção cinematográfica, contribuindo para a ruptura do sistema, com o nascimento do cinema alternativo. Como postula Mulvey (1983), o cinema alternativo cria um espaço para o



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

aparecimento do cinema radical, tanto num sentido político quanto estético e que desafia os preceitos, as obsessões e premissas do cinema dominante.

A forma como a cena-objeto deste artigo foi apresentada na tela do cinema demonstra o quanto o espectador ainda permanece (in) conscientemente dominado pela linguagem erótica da ordem patriarcal. Na sequência relatada, Neto foge do assédio homossexual de forma violenta e homofóbica.

Para buscar um aprofundamento um pouco maior sobre “o estilo dominante de fazer cinema”, como afirma Mulvey (1983, p. 439), é preciso inserir na presente análise uma cena posterior à destacada para este artigo: ao sair do apartamento o personagem principal percorre as ruas, pedindo dinheiro para voltar para casa. Neste momento encontra uma mulher estranha sentada à mesa de uma lanchonete. Ela lhe oferece um suco e na cena seguinte ele está no apartamento dela, onde em seguida, mantém relações sexuais. Se na situação anterior, o assédio foi veementemente negado, proibido e rejeitado em função da opção (educação) sexual de Neto, mais tarde o assédio feito pela mulher tornou-se óbvio, esperado e agradável aos olhos dos espectadores, porque a relação foi com uma mulher. O contrário desta situação poderia provocar uma reação negativa nos espectadores e seu código oficial de censura (BAZIN, 1991, p. 228), porque o erotismo da cena homossexual fugiria da beleza formal e da satisfação que as obsessões formativas promovem no estilo dominante de fazer cinema (MULVEY, 1983, p. 440).

*/.../ todo erotismo verdadeiro teria, para aflorar na tela, que burlar um código oficial de censura. É mais do que certo que as vantagens obtidas com essa transgressão oculta podem ser muito inferiores aos danos sofridos. É que tabus morais e sociais dos censores são por demais estúpidos e arbitrários para canalizar convenientemente a imaginação. /.../ eles constituem um empecilho estúpido e incontornável nos gêneros realistas. /.../ o cinema pode mostrar tudo, mas não de forma alguma tudo mostrar. Não há situações sexuais, morais ou não, escandalosas ou banais, normais ou patológicas, cuja expressão na tela seja proibida *a priori*, com a condição porém de se recorrer às possibilidades de abstração da linguagem cinematográfica, de modo que a imagem jamais assuma valor documental (BAZIN, 1991, pp. 228-230).*

A beleza formal é criada, também, a partir da concepção da existência dos corpos femininos e masculinos, como defendem as teorias estruturalistas. A união entre estes corpos cria a percepção da prática sexual aceita pela sociedade dominante e, fora dela,



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

escapa aos preceitos do normal, do correto e do aceito. É o que defende Miriam Pillar Grossi (2004): o corpo é o suporte no qual são produzidas as diferenças simbólicas do gênero.

Na cultura anglo-saxã, dois homens que praticam relações afetivas e sexuais são considerados homossexuais, enquanto que no Brasil não: um homem que é homem, deve inclusive comer uns “veados”, pois o que o faz ser considerado homem é a posição da atividade sexual, de penetração. Na nossa cultura, a atitude considerada ativa é a penetração sexual (GROSSI, 2004, p. 6).

Múltiplos Gêneros

Grossi (2004, p. 5) afirma que o conceito de gênero chegou até nós através das pesquisadoras norte-americanas que passaram a usar a categoria *gender* pra falar das origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas de homens e mulheres.

Penso que, em linhas gerais, gênero é uma categoria usada para pensar as relações sociais que envolvem homens e mulheres, relações historicamente determinadas e expressas pelos diferentes discursos sociais sobre a diferença sexual. Gênero serve, portanto, para determinar tudo que é social, cultural e historicamente determinado/.../gênero é algo que está permanentemente em mudança, e todos os nossos atos ajudam a reconfigurar localmente as representações sociais de feminino e de masculino. Na verdade, em todas as sociedades do planeta, o gênero está sendo, todo o tempo, ressignificado pelas interações concretas entre indivíduos d mesmo sexo masculino e feminino. Por isso, diz-se que o gênero é mutável (GROSSI, 1998, p. 5).

Para Giddens (1993, p. 129), vivemos atualmente um amor plástico, um sentimento engendrado e, ainda, desequilibrado em suas funções, pois cada indivíduo tem sua tarefa a cumprir na relação: aos homens basta o encontro sexual e às mulheres fica a tarefa da manutenção do sentimento e da toca emocional. “É exatamente nas relações homoeróticas, que o amor é mais acabado e puro”. Isso ocorre porque as pessoas do mesmo sexo envolvidas afetivamente estão à margem do projeto padrão de laços como o casamento e o desejo de reproduzir uma família.

Grossi (2004, p. 27) alimenta esta reflexão, afirmando que “as relações afetivo-sexuais entre pessoas do mesmo sexo vão trazer modelos inovadores para as práticas afetivas, sexuais e emocionais contemporâneas, não apenas homoeróticas, mas também heterossexuais”.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Como afirma Torrão Filho (2005, p. 143), um “mundo às avessas”, onde “homens homossexuais rebaixam seu sexo escolhendo estar abaixo de outros homens; e as mulheres lésbicas, por sua vez, usurpam um poder que não lhes pertence, e ao qual sequer podem usar, já que são desprovidos dos meios da consumação de masculinidade”.

O que se configura hoje como uma liberação para os gêneros, a emancipação do homem e da mulher, seria simplesmente liberar alguns aspectos masculinos da personalidade das mulheres (trabalho, produção científica, competição, esportes) e alguns (mas nunca todos) femininos da personalidade do homem (afeto, paternidade responsável, cuidado da casa, beleza). Esse discurso não só cria uma essência do que é ser homem e mulher, uma identidade à qual mulheres e homens não são convidados a interferir, mas mantém intactos todos os preconceitos que diz eliminar (TORRÃO FILHO, 2005, pp. 140-141).

Em sua obra, *A desconstrução do masculino: uma crítica à análise de gênero*, Sócrates Nolasco (1995) aponta que em centros urbanos, as mulheres associam o sucesso na carreira e a aquisição de elementos que proporcionassem prestígio e poder, à identificação com seu lado masculino. É como se alcançassem um patamar em que apenas homens pudessem alcançar. Neste cenário, Grossi (2004, p. 23) comenta que “os sentimentos, assim como todos os comportamentos humanos, não são naturais, eles são aprendidos em nosso processo de socialização”.

/.../de fato, não existe uma determinação natural dos comportamentos de homens e de mulheres, apesar das inúmeras regras sociais calcadas numa suposta determinação biológica diferencial dos sexos usados nos exemplos mais corriqueiros, como “mulher não pode levantar peso” ou “homem não tem jeito para cuidar de criança”/.../ devido a pressões sociais, alguém que não é heterossexual se sente “diferente” daquilo que aprendeu como o comportamento sexual correto” (GROSSI, 1998, p. 141).

Dominação Masculina

Para Torrão Filho (2005, pp. 144-145), a maior ansiedade com relação à homossexualidade, para os homens, está nesta identificação com o feminino com ser dominado por outro homem como se fora uma mulher. Para o autor, “mais do que o desejo por outros homens é o repúdio às mulheres que incomoda os heterossexuais (inclusive as mulheres), aparecendo como a ‘essência’ do que significa ser homossexual”.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

A questão da dominação masculina, explica Grossi (2004, p. 15) é uma das questões importantes nas reflexões teóricas feministas sobre o gênero. “No final da década de 70, havia a opinião geral de que a dominação masculina era universal, ou seja, em todas as culturas do mundo, os homens dominavam as mulheres simbolicamente, politicamente e economicamente”.

Em muitos lugares, principalmente na América Latina, a homossexualidade masculina é vista sob uma dupla moral. Ativos e passivos são encarados de maneira diferente. Enquanto o homem que é ativo na penetração por vezes não se considera como homossexual, ou seja, não coloca em questão sua preferência pelas mulheres e sua masculinidade, o passivo é estigmatizado como detrator de seu sexo (TORRÃO FILHO. 2005, p. 145).

A inclusão dos homossexuais na história é reclamada por Torrão Filho para fazer dela a terceira vertente de uma seara onde já estão a história dos homens e a história das mulheres. Para o autor (2005, pp. 147-148), “compreender a reprovação à homossexualidade, principalmente sobre os homens passivos ou sobre as mulheres masculinizadas, é uma chave para a compreensão das principais questões do gênero”.

No cinema, esta retórica é bastante utilizada. Mulvey (1983, p 445) considera que uma divisão do trabalho heterossexual entre ativo/passivo também controla da mesma forma a estrutura narrativa. A autora sustenta que, “de acordo com os princípios da ideologia dominante e das estruturas psíquicas que a sustentam, a figura masculina não pode suportar o peso da objetificação sexual. O homem hesita em olhar para seu semelhante exibicionista”.

É o que ocorre com a cena-objeto desta análise. “Mais que o desejo pelos homens, é o repúdio às mulheres que incomoda os heterossexuais”, cita Torrão Filho (2005, p. 145).

Para Mulvey (1983, p. 445), o homem controla a fantasia do cinema e também surge como o representante do poder num sentido maior: como o dono do olhar do espectador, ele substitui esse olhar na tela a fim de neutralizar as tendências extradiegéticas representadas pela mulher enquanto espetáculo.

A autora defende a relação entre o personagem principal masculino e o espectador que projeta nele seu olhar, dando-lhe um poder ativo do olhar erótico, que controla os eventos, cria a ação e uma sensação satisfatória de onipotência.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Na medida em que o espectador se identifica com o principal protagonista masculino, ele projeta o seu olhar no do seu semelhante, o seu substituto na tela, de forma que o poder do protagonista masculino, ao controlar os eventos, coincida com o poder ativo do olhar erótico, os dois criando uma sensação satisfatória de onipotência/.../o personagem na história pode fazer com que as coisas aconteçam e pode controlar os eventos bem melhor do que o sujeito/espectador/.../O protagonista masculino fica solto no comando do palco, um palco de ilusão espacial no qual ele articula o olhar e cria a ação (MULVEY, 1983, p. 446).

A ânsia por se original, provocador e até mesmo transgressor faz dos filmes que alimentam temas como a homossexualidade ferramentas arraigadas em uma eterna discussão sobre como ele pode servir como instrumento de reformas, de mudanças e de criação de novos conceitos. A originalidade está num crescente em nossos dias, somada às novas tecnologias e à criatividade de quem faz cinema e discute as posições dominantes e tradicionais. Trazer à tela ideias e práticas que confrontem tais modalidades submersas em preconceitos mostra-se como possível na formação de um novo público, de um novo cinema, na potencialidade das técnicas, na discussão de princípios e, por fim, na aceleração do grau de mudança.

Nesse contexto, corre-se o risco de confrontar-se com obras mais questionadoras e que apresentem a mensagem crua de um cinema alternativo e possível de ser aceito pelo público. É o que se espera.

Referências

- DOANE, M. A. *A voz no cinema: a articulação de corpo e espaço*. Em: *A experiência do cinema*. Rio de Janeiro: Graal, 1983, pp 455-457.
- GAMSON, J. *Deben autodestruirse los movimientos identitarios?* Um extraño dilema. Em: *Sexualidades Transgressoras. Uma antologia de estudos queer*. Barcelona: Icaria editorial, 2002.
- GIDDENS, Anthony. *A transformação da intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. São Paulo: UNESP, 1993.
- GROSSI, M. P. *Identidade de gênero e sexualidade*. Em: *Revista Antropologia em Primeira Mão*. Florianópolis: PPGAS/UFSC, 1998.
- GROSSI, M. P. *Masculinidades: uma revisão teórica*. Em: *Revista Antropologia em Primeira Mão*. Florianópolis: PPGAS/UFSC, 2004.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

MORTON, D. *El Nacimiento de lo ciberqueer*. Em: Sexualidades Transgressoras. Uma antologia de estúdios queer. Barcelona: Icária editorial, 2002, pp 100-150.

MULVEY, L. *Prazer visual e cinema narrativo*. Em: A experiência do cinema. Rio de Janeiro: Graal, 1983, pp 437-453.

NOLASCO, S. *A desconstrução do masculino*: uma crítica à análise de gênero. Em: A desconstrução do masculino. Rio de Janeiro, Rocco, 1995.

SCOTT, J. *Gênero*: uma categoria útil de análise histórica. Em: Revista Educação e Realidade, Porto Alegre: UFRGS, v. 16, n. 2, jul./dez, 1990.

SONTAG, S. *Notas sobre o Camp*. Em: Contra a interpretação. Porto Alegre: LPM, 1987, pp 317-321.

TORRÃO FILHO, A. *Uma questão de gênero*: onde o masculino e o feminino se cruzam. Em: Cadernos Pagu, Campinas: UNICAMP, nº 24, jan/jun, 2005, pp127-152.

XAVIER, I. *A experiência do cinema*. Rio de Janeiro: Graal, 1983.

XAVIER, I. *O discurso cinematográfico*: a opacidade e a transparência. São Paulo: Paz e Terra, 2005.



**Periguetes e vadias:
por saias e causas justas.¹**

Beatriz Beraldo²
Escola Superior de Propaganda e Marketing - SP

Resumo

O objetivo deste artigo é identificar pontos de identificação entre duas novas “categorias” de jovens mulheres deste início de século: as periguetes e as ativistas da marcha das vadias. Partindo do princípio de que a maneira com que ambas utilizam o vestuário confronta com alguns padrões hegemônicos e conservadores de beleza e feminilidade, engendrados pela atual cultura do consumo, o artigo promove uma reflexão sobre os conceitos de biopoder e resitência no contexto das culturas juvenis. Além disso, este artigo contribui para a construção de diálogos teóricos que vêm estruturando a pesquisa que ora desenvolvo junto a minha orientadora acerca das culturas juvenis, especificamente articuladas às questões que envolvem a “marchas das vadias”.

Palavras-chave

Consumo; comunicação; cultura midiática; estética; feminino.

Sobre Periguetes e Vadias

Em 2001, Ruth Joffily realizou uma pesquisa que deu origem ao artigo “Sobre o vestuário feminino: da regra à indefinição” onde pôde constatar, através da fala do dono de uma famosa boate carioca, que estava cada dia mais difícil para o seu *doorman* (pessoa que

¹ Trabalho apresentado no GT Corpo e Gênero na contemporaneidade do VIII Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio.

² Mestranda do Programa de Mestrado em Comunicação e Práticas do Consumo PPGCOM – ESPM-SP, orientadora: Rose de Melo Rocha. Vinculada ao Grupo de Pesquisa NICO. Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela UNINORTE e Licenciada em Letras – Língua Portuguesa e suas literaturas pela Universidade do Estado do Amazonas; Bolsista Programa RH-POSGRAD Mestrado da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas – FAPEAM, email: biaberaldob@gmail.com.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

decide quem entra na festa) distinguir as patricinhas das prostitutas, devido à maneira com que se assemelhavam as vestimentas de ambas.

Essa diluição de fronteiras está levando as patricinhas, que são fruto do movimento yuppie, da moda/corpo/mercadoria a serem confundidas com as prostitutas, que vêm de um mundo onde o vestuário remetia a fantasias eróticas e marcava claramente posturas de exclusão. (JOFFILY, 2001: 169).

O relato consta de 10 anos atrás. De lá para cá, o processo de padronização entre os dois vestuários ficou ainda mais evidente e, a partir deste fato, assistimos ao nascimento dessa nova categoria de meninas que ganharam o nome de *periguetes*.

As periguetes podem ser encontradas nas baladas de todos os gêneros pois, segundo a revista *Veja São Paulo*, as baladas são, por natureza, o habitat dessa classe. A matéria publicada no mês de julho com o título de *O ataque das periguetes* traz alguns esclarecimentos para se reconhecerem as integrantes desse grupo nos espaços de diversão noturna da capital paulistana. “São jovens bonitas e sensuais que amam receber olhares por seus atributos naturais e artificiais [...] Essa turma gosta de representar perigo, seja para a concorrência feminina, seja para os incautos corações e bolsos masculinos, comportamento que deu origem ao termo que as define: periguite.” – delibera a reportagem assinada por João Batista Jr.

A questão do vestuário tornou-se um grande paradigma para se pensar a imagem da mulher neste século XXI. Neste sentido, tivemos ainda, em paralelo à concretização da classe das periguetes, o surgimento de uma outra categoria da juventude feminina: as *vadias*, no ano de 2011, no Canadá.

A saber: após serem denunciados diversos casos de violências sexual, um representante da polícia realizou uma palestra sobre segurança dentro da Universidade de Toronto e defendeu, em pronunciamento público, que as mulheres deveriam evitar vestirem-se “como putas” (*sluts*³ em inglês) para não serem vítimas de estupro. A afirmativa causou grande indignação e fez surgirem as tais *vadias*, que começaram uma

³ Dicionário Michaelis Inglês-Português: Slut: *n.* **1.** mulher relaxada, sórdida, suja. **2.** mulher de moral baixa. **3.** s. cadela, puta.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

marcha (*Slut Walk*, no nome original) defendendo o direito de se vestirem da maneira que bem entendessem sem que isso se tornasse abono para atos de violência como o estupro. Na marcha, as ativistas se vestem exatamente da maneira cujo policial sugeriu que elas deveriam evitar, ou seja, de modo provocante, semelhante ao das prostitutas, que por sua vez, também se parece com o vestuário das periguetes.

No Brasil, a palavra *vadia*, em estado de dicionário significa “mulher que, sem viver da prostituição, leva vida devassa ou amoral”.⁴ Já a expressão *perigute* surgiu como gíria na periferia de Salvador,⁵ como resultado da junção das palavras perigosa com *girl* (garota em inglês). Como a pronúncia ficou estranha, adaptou-se *girl* para *guete*. A palavra não é encontrada facilmente em dicionários, pois somente ganhou o status de verbete na versão Júnior do Aurélio, lançado em 2011, com o significado de “moça ou mulher que, não tendo namorado, demonstra interesse por qualquer um”. No senso comum, perigute é utilizado como um sinônimo, com considerável dosagem de eufemismo, para a “ofensa” vadia.

Este artigo propõe analisar de que maneira se colocam em diálogo as novas propostas estéticas nas esferas da moda, do comportamento e de imagem midiática feminina, difundidas por estes dois grupos de jovens: as “periguetes da balada” e as “ativistas da marcha das vadias”, dentro do contexto contemporâneo da cultura juvenil e cultura do consumo.

Pequeno dicionário de etiqueta

A versão online da citada reportagem⁶ da *Veja São Paulo*, apresenta um link que direciona o leitor para um pequeno dicionário de etiqueta da moda perigute. Lá constam as seis lições básicas:⁷

Lição 1: Cuidados com o corpo - Se as coxas não são bem torneadas, malhação já! Vença a preguiça e se interne na academia.

⁴ Grande dicionário Houaiss da língua portuguesa.

⁵ Informação disponível em <http://www.blogdogusmao.com.br/v1/2011/09/03/perigute-entra-para-o-dicionario-aurelio/>

⁶ “O ataque das periguetes”: <http://vejasp.abril.com.br/materia/ataque-periguetes-sao-paulo>

⁷ Transcrição na íntegra do link <http://vejasp.abril.com.br/blogs/pop/2012/08/02/pequeno-manual-de-etiqueta-perigute/>



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Lição 2: Invista nos acessórios - Peitinho é coisa de modelo, querida. Periguate que é periguate tem o que mostrar. Grite “o silicone é o meu pastor e nada me faltará” e procure um especialista. A partir de 250 mililitros, já dá para começar a conversar. Se estiver na pior, respire fundo, engula o choro e opte por um sutiã com enchimento.

Lição 3: Troque seu guarda-roupa - Roupas largas devem passar longe do seu closet. Invista em minivestidos drapeados e calças justíssimas. E o decote deve ser sempre farto. Você não ficou com problemas na coluna para, agora, esconder a comissão de frente. Capriche em um look bem marcado para mostrar todo seu potencial.

Lição 4: Cabelo estilo crina - Cuide bem dos seus fios. Se não conseguir deixá-los longos naturalmente, não hesite em recorrer ao aplique. E muita escova. A chapinha está aí pra isso.

Lição 5: Os sapatos - Aposente sapatilhas e sandálias baixas. Uma boa periguate não sai de casa com menos de 12 centímetros de salto. Eles ajudam a manter as pernas malhadas e destacam sua produção. Afinal, seu objetivo sempre deve ser atrair o maior número possível de olhares. Para não ter problemas na balada, treine passos de samba ao atravessar a rua. Mesmo correndo para não ser atropelada, o importante é manter a elegância. Em caso de dúvidas, consulte um travesti amigo.

E a maior lição de todas: periguate não sente frio - Mesmo em Bariloche, o modelo é de verão. Questão de sobrevivência.

Como se vê, o modelito básico das periguetes envolve roupas justas e curtas, marcando bastante o corpo (bem delineado através de muita ginástica), com salto alto, compondo um visual bem sensual. Tomando a telenovela brasileira como um valioso exemplo de observação dos fluxos de mudanças da sociedade, constata-se que as últimas três novelas do horário nobre (novelas das 21h) da Rede Globo de televisão, transmitidas nos anos de 2011 e 2012, trouxeram na trama personagens que eram reconhecidas pela insígnia de periguate. As personagens eram *Natalie Lamour* (Debora Secco, em *Insensato Coração*, 2011), *Teodora Bastos da Silva* (Carolina Dieckmann, em *Fina Estampa*, 2011/2012) e *Suellen* (Isis Valverde, em *Avenida Brasil*, 2012). As icônicas periguetes das novelas se vestiam de maneira provocante e levavam uma vida “desregrada” com muita festa e sempre sendo bancadas por homens que se rendiam aos seus atributos, assim como acontece com as personagens da vida real, citadas na matéria jornalística:

À noite, [Flávia Cogo, de 25 anos] transforma-se numa ‘maria-camarote’, como são conhecidas as meninas que jamais se espremem na pista, em meio aos comuns. Outra integrante assumida da classe é sua amiga e companheira

de balada Gabriela Mohr, 18. A garota faz cursinho para prestar psicologia e sonha um dia entrar para o elenco do ‘Big Brother Brasil’. Apesar da pouca idade, é quase uma veterana no circuito boêmio. “Aos 13, pegava emprestado o RG ou a carteira de motorista de uma conhecida mais velha para entrar nos lugares”, conta. As duas raramente abrem a carteira. Entram de graça nos endereços, e não faltam fãs dispostos a lhes pagar um drinque. (disponível em <http://vejasp.abril.com.br/materia/ataque-periguetes-sao-paulo>)

As roupas justas, curtas e sensuais que apareciam na novela também, nos anos de 2011 e 2012, tomaram as ruas de várias cidades brasileiras (mesmo fora do horário das baladas). Porém, não estavam sendo usadas pelas periguetes, mas sim pelas jovens ativistas da marcha das vadias. As roupas mínimas, que revelam bastante do corpo feminino, estão presentes em todas as várias edições da marcha pelo Brasil. Nestas manifestações, as “roupas de vadia” podem ser lidas como um código de resistência ao sistema de ordenação do vestuário feminino que foi, pela via da contestação, a matéria-prima para o nascimento da primeira marcha, em Toronto, e que permanece como um traço de identificação em todas as edições.

A semelhança estética dos vestuários das ativistas da marcha das vadias e das periguetes, podem ser observadas através das fotos abaixo:



Figura 1: Ativista da marcha das vadias de Itabuna-BA.

Figura 2: Ativistas da marcha das vadias de São Paulo-SP



Figura 4: Foto de capa da matéria 'O ataque das periguetes' da revista *Veja* São Paulo.

Figura 5: Alguns looks da personagem Natalie Lamour (2011) interpretada por Debora Secco.

Vestidos coladinhos, micro-shorts, nanossaia, sapatos altos: Todos estes elementos estão presentes na composição tanto dos protestos das ativistas da marcha das vadias, quanto nas roupas das periguetes. Entretanto, é importante destacar que há uma diferença fundamental no comportamento de moda das duas: as periguetes impõem esta maneira de se vestir pelo fato de que elas se sentem mais à vontade e mais bonitas com este estilo de roupa, afirmando a sua liberdade sexual; já as jovens ativistas da marcha das vadias utilizam as roupas justas para defender uma causa política,⁸ uma vez que elas entendem que a fala do policial canadense reflete uma forma dominante de pensamento difundida no mundo inteiro, que atribui a culpa de violências sexuais à mulher, ensinando-as a “vestir-se corretamente” ao invés de ensinar os representantes do sexo masculino a respeitarem as mulheres e as suas escolhas de vestuário.

A mesma farda. A mesma luta?

O *ataque das periguetes* se faz presente em todo o país, seja nas baladas ou nas telenovelas, como dito anteriormente. A marcha das vadias, por sua vez, ganhou destaque na pauta midiática devido a sua grande e rápida expansão por todo o território nacional,

⁸ Concebendo a ideia de política não necessariamente ligada a um plano institucional e/ ou partidário.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

com edições conhecidas em mais de 20 cidades, entre elas capitais São Paulo-SP, Recife-PE, Belo Horizonte-MG, Rio de Janeiro-RJ, Belém-PA, Manaus-AM, Curitiba-PR, Florianópolis-SC, João Pessoa-PB, Natal-RN, Macapá-AP, Salvador-BA, Teresina-PI, Vitória-ES e Porto Alegre-RS e algumas cidades do interior,⁹ traduzindo não só a força deste movimento como a simpatia que ele gera, ao ter conquistado um número tão representativo de participantes, em tão pouco tempo. Ambos os grupos se caracterizam por se constituírem, em sua maioria absoluta, por jovens. Esse fator é fundamental para qualquer análise mais cuidadosa desses agrupamentos, visto que, ao pensar as práticas juvenis como objeto, torna-se possível estabelecer conexões entre as culturas do consumo e a crescente midiaticização da sociedade sob uma reflexão comunicacional (ROCHA, 2012).

Para a pesquisadora Ana Enne (2010), a juventude pode ser compreendida como “um certo espírito do tempo, relacionado às rupturas, ao novo, ao que não se coforma, à busca por experiências e mudanças” (ENNE, 2010: 19). Ademais, a figura do jovem, desde a década de 60, constrói-se nesse estereótipo de rupturas e transgressões, mas, principalmente, exaltando características como rebeldia e selvageria, dentro daquilo que Freire Filho (2007) denomina de “jovem desviante”. Nessa lógica, entende-se que os grupos de análise deste artigo, as periguetes e as ativistas da marcha das vadias, apresentam-se neste início de século como rupturas na imagem conservadora da mulher, e realizam consideráveis transformações na estética do feminino na cultura do consumo.

Com efeito, a ideia de resistência¹⁰ se faz presente na marcha das vadias, no sentido de que, desde a sua origem, as bandeiras levantadas buscam promover a libertação de estereótipos que se relacionam às representações hegemônicas e conservadoras da mulher e do feminino em uma cultura midiática enxergada como machista. Entende-se que a “ditadura da beleza” e o imperativo do “vestir-se corretamente” estão ligados ao conceito de biopoder e biopolíticas cunhados por Foucault. Segundo o filósofo, a tomada de poder

⁹ Informação disponível em <http://marchadasvadiasbr.wordpress.com/calendario/>

¹⁰ Neste artigo o conceito de resistência utilizado é o de “práticas de oposição engendradas pelos jovens, normalmente vistos como *sismógrafos*, *barômetros* ou *catalisadores* de mudanças na produção e no consumo cultural, nos comportamentos e nas relações sociais.” (FREIRE FILHO, 2007: 22).



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

sobre o ser humano acontece em uma espécie de “estatização do biológico” (SIBILIA, 2002: 158). Dessa maneira, as disciplinas centravam-se

no corpo como máquina: no seu adestramento, na ampliação de suas aptidões, na extorsão de suas forças, no crescimento paralelo de sua utilidade e docilidade, na sua integração em sistemas de controle eficazes e econômicos. (FOUCAULT, 1998: 151).

No contexto das culturas juvenis, “o biopoder confisca os corpos mediante a demonização de tudo aquilo que escapa à representação normatizada” (REGUILLO, 2012: 70. *Tradução nossa*). Em suma, o objetivo do biopoder através das biopolíticas é o de dominar a aleatoriedade inerente a toda população de seres vivos (SIBILIA, 2002: 162). Isto posto, é possível reconhecer traços de ação de biopolítica engendrados na malsucedida fala do policial canadense, que visava encontrar um padrão de vestuário para as estudantes da referida Universidade. As patricinhas da balada também não escapam às amarras do biopoder, porém elas foram, pelo viés do consumo, e em caráter de resistência à normatização, pouco a pouco se transformando nas periguetes, diluindo as fronteiras estéticas entre elas e as prostitutas, muito embora elas não se pautassem conscientemente em nenhum movimento de cunho político para ressignificar a moda que lançavam. Por isso, pensar as novas concepções de feminilidade difundidas pelo “ataque das periguetes” ou pela “marcha das vadias” pode implicar também em reconhecer a característica de resistência ao “biopoder do consumo” (REGUILLO, 2012), que regula os corpos juvenis a partir do acesso aos bens materiais e simbólicos, nestes casos referentes à moda. Para essa análise, entendeu-se que

a noção de moda [...] tangencia uma complexa relação de enunciados linguísticos cujos aspectos constituintes elaboram a condição adaptativa de estratégias discursivas entre estilo e atitude.[...] Na cultura da moda, é preciso considerar os detalhes visuais que o corpo expressa como traço identitário, veiculado no binômio linguagem-cultura. (GARCIA, 2005: 62).

A roupa, neste contexto, contém a potência simbólica capaz de estabelecer diferenças nos corpos juvenis, aproximando os iguais. Pois, segundo Lacan, o homem se distingue dos outros mamíferos por um desequilíbrio existencial com sua natureza



IX POSCOM
Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

biológica, instabilidade que se realiza por uma relação problemática com a própria imagem (VILLAÇA, 2010: 157), o que o leva a retocar seu corpo de múltiplas maneiras, através, por exemplo, de maquiagens, cosméticos e vestimentas. Logo, ao constatar as similaridades nas concepções de moda das personagens deste artigo, podemos estar diante do alvorecer de uma “estética vadia/perigete”, que alcançaria não somente a marcha juvenil como também a vida noturna, as capas de revista, os anúncios publicitários, telenovelas e as culturas do consumo de um modo mais amplo.

Considerações Finais

A juventude feminina se viu, neste início de século, cercada de parâmetros arbitrários, oriundos de narrativas construídas a partir das culturas midiáticas e do consumo, que exercem um certo domínio sobre os corpos juvenis. Tal constatação pode ser confirmada através das falas do dono da boate carioca e do policial canadense, ambos citados no início deste artigo. Nesse sentido, foi possível afirmar que as perigetes e as ativistas da marcha das vadias encontram-se, através do modo de se vestir, com a dimensão política da comunicação e do consumo (ROCHA, 2009).

Reforçou-se assim a ideia de que a juventude pode ser entendida como catalisadora das mudanças que traduzem o seu tempo. Logo, a resistência torna-se palavra-chave para entender esses agrupamentos juvenis que estão construindo, pelo viés do consumo associado à moda, novas leituras para os conceitos de feminilidade, uma vez que “recobrir o corpo com vestimentas implica, efetivamente, distender a estratificação dos produtos culturais.” (GARCIA, 2005: 61).

Assim, o debate gerado em torno dos novos horizontes estéticos, para os quais caminham modelos imagéticos da mulher e do feminino que circulam na mídia e na sociedade de consumo, aponta para o reconhecimento do alvorecer uma nova estética de beleza e feminino.



IX POSCOM
Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Referências

ENNE, Ana Lucia. Juventude como espírito do tempo, faixa etária e estilo de vida: processos constitutivos de uma categoria-chave da modernidade. In *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 7, n. 20. p.13-35. São Paulo: ESPM, 2010.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

FREIRE FILHO, João. *Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

GARCIA, Wilton. *Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

JOFFILY, Ruth. Sobre o vestuário feminino: da regra à indefinição. In VILLAÇA, Nízia & GÓES, Fred (Orgs.), *Nas fronteiras do contemporâneo* (pp.166-171). Rio de Janeiro: Mauad/FUJB, 2001.

ROCHA, Rose de Melo. Políticas de visibilidade, juventude e culturas do consumo: um caso (de imagem) nacional. In: 8º Congresso LUSOCOM. *Comunicação, Espaço Global e Lusofonia*. Lisboa, 2009.

ROCHA, Rose de Melo. “Juventudes, comunicação e consumo: visibilidade social e práticas narrativas”. In: BARBOSA, Livia (org.). *Juventudes e gerações no Brasil contemporâneo*. Porto Alegre: Sulina, 2012.

REGUILLO, Rossana. *Culturas Juveniles: formas políticas del desencanto*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2012.

VILLAÇA, Nizia. *Mixologias: comunicação e consumo da cultura*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.



IX POSCOM
Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Construções de uma beleza feminina: *tweens*, corpo e *Girl Power*¹

Renata Tomaz²
Universidade Federal do Rio de Janeiro

RESUMO

Este trabalho procura apresentar recursos ofertados pela cultura contemporânea que permitem às *tweens* ou pré-adolescentes operacionalizarem uma passagem da infância para a adolescência por meio de práticas sociais que resultarão na construção de identidades desejáveis e, consequentemente, na construção de corpos adequados às demandas socioculturais. Para tanto, o presente artigo fará uma análise a partir da revista *Atrevidinha*, autointitulada “a revista da pré-adolescente”, recorrendo a aportes teóricos que contemplam as tecnologias de subjetivação.

PALAVRAS-CHAVE: *tweens*; corpo; *Girl Power*; subjetividades; *Atrevidinha*.

Cada vez mais, as sociedades presenciam uma ampla multiplicação das diferentes formas de as *juventudes* se recriarem. São modos distintos de experimentar uma juventude que está para além da idade, mas se constrói em práticas culturais que permitem a vivência de uma estética jovem (MARGULIS; URRESTI, 2000; SARLO, 2006). Se, por um lado, os apelos de “sejam belos, sejam amorosos, sejam *jovens*” (MORIN, 2005, p. 157, grifo meu), convocam adultos, inclusive os da chamada terceira idade, a se rejuvenescerem; por outro, também interpelam crianças a amadurecerem e, por meio de bulas de procedimento, acessarem modos jovens de ser e estar no mundo. A *juvenilização* da cultura e, portanto, das sociedades é fator fundamental para que meninos e meninas tenham em seus modelos identitários não apenas os tradicionais referenciais adultos de pais, mães e professores, mas sobretudo de figuras jovens idealizadas. A partir desse entendimento, este trabalho pretende refletir sobre as possibilidades ofertadas pela cultura contemporânea de meninas construírem identidades ancoradas nas imagens das juventudes, as quais pressupõem também a construção de novos corpos.

¹ Trabalho apresentado no GT Corpo e gênero na contemporaneidade do IX Seminário de Alunos de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio.

² Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Orientador: Prof. Dr. João Freire Filho. Graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Email: renatactomaz@gmail.com.



***Tweens*: transição identitária**

Os *tweenagers* ou *tweens*³ estão entre esses indivíduos constantemente convocados a aderirem a esta experiência do que é ser jovem a partir de uma conduta comportamental prescrita a eles por meio do consumo de bens materiais e simbólicos. Ao atender a tais apelos e imperativos de juvenilização podem ser alocadas em uma recente categoria etária, num período socialmente construído, situado entre duas alteridades: a infância e a adolescência.

O termo *tween* vem da preposição de língua inglesa *between*, que indica a posição entre duas extremidades. Ele surge no ano de 1987 em um artigo da revista *Marketing and Media Decisions* para designar um mercado formado por uma camada jovem intermediária com idades entre 9 e 15 anos, possuidora de “características distintas e suas próprias potencialidades” (HALL, 1987, p. 56, *apud* COOK, KAISER, 2003). Daí em diante outros artigos, trabalhos e pesquisas propuseram diferentes faixas etárias para especificar o grupo, sem transitar muito fora do intervalo entre 8 e 14 anos (COOK, KAISER, 2003). O *Cambridge Advanced Learner's Dictionary* define o “*tweenager*” como “pessoa jovem entre as idades de 8 ou 10 e 12 ou 14 anos de idade”. O *Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa* afirma ser a pré-adolescência o “período do desenvolvimento humano imediatamente anterior à adolescência; puberdade”. E a Organização Mundial de Saúde situa a pré-adolescência entre as idades de 10 a 14 anos (ABRAMOVAY, 2004). Pode-se dizer, então, que tais indivíduos estão num período de transição de um sujeito infantil para um sujeito jovem; de uma identidade etária infantil para uma identidade etária jovem; de um corpo infantil para um corpo jovem.

Nas sociedades tradicionais, essas mudanças, não raro, eram marcadas por ações sobre o corpo como marcas na pele, cortes, lutas, exposição a perigos e provas de resistência física. Para Meira (2009), a recorrência a este tipo de ação tinha o papel de marcar a morte de um corpo infantil, frágil, limitado, restrito à esfera familiar, seguida do nascimento de um novo corpo, forte, resistente, capacitado a atuar na esfera pública, política. Com o esfacelamento das sociedades tradicionais, tais ritos de passagem perderam sua “coerência simbólica”. E, embora tenha se tornado raríssimo cortar e marcar os corpos infantis como uma forma de prepará-los para

³ Neste trabalho os termos *tweenagers* ou *tweens* e pré-adolescentes serão utilizados indistintamente, referindo-se sempre ao mesmo grupo, comumente identificado pelos discursos midiáticos como formado por aqueles entre 8 e 14 anos de idade.



uma nova fase, o corpo ainda se configura como um lugar de embate onde são celebrados os ideais físicos contemporâneos e combatidos os sinais de uma imagem inadequada (SIBILIA, 2010).

Para pensar e refletir os receituários de conduta que prometem a essas meninas a construção de novas identidades e, conseqüentemente, de novos corpos, estou tomando como base pesquisa realizada durante o mestrado (TOMAZ, 2011), que contemplou, dentre outros produtos culturais, a análise da revista *Atrevidinha*, autointitulada “a revista da pré-adolescente”. Ao examinar os discursos produzidos pela publicação, foi inevitável não se ater ao fato de que crescer, ou seja, deixar de ser uma menina para tornar-se uma mocinha, como convidam os interlocutores das leitoras, passa necessariamente por constantes interferências no corpo infantil a fim de que ele se torne um novo corpo, alinhado com as demandas da contemporaneidade. O que se segue são as principais conclusões encontradas no estudo citado acima.

Por um corpo belo e sadio

Nos discursos de *Atrevidinha*, ser bonita é ser saudável. Nenhum destes estados é considerado virtude ou condição inata. Pelo contrário, todos são tomados como uma construção possível e necessária, mesmo para meninas entre 7 e 12 anos de idade – público alvo da revista. Elas são constantemente instigadas a assumir hábitos que vão da alimentação ao uso inteligente de cosméticos e de produtos e serviços que possam otimizar o corpo e a mente a fim de alcançar um estado de bem-estar físico, psíquico e intelectual.

Levando-se em conta que a beleza é uma construção social que aparece nas diferentes culturas e épocas dos modos mais distintos, ocupando determinado espaço social, é possível enxergar diferentes estratégias para produzi-la. Ela se constitui numa produção individual, possível a todos aqueles que dispõem de meios e recursos para empreendê-la. É o que se pode ver na resposta de uma psicóloga a uma leitora que achava-se feia (“Será que sou normal?”, ed. 70):

Beleza é algo que você pode construir, sabendo que melhor roupa lhe veste, qual corte de cabelo favorece seu rosto, usando uma maquiagem legal para a sua idade e, o principal: mantendo atitudes belas, pois elas despertam a simpatia e o carisma, características que, diferentemente do tipo físico que herdamos, você poderá mudar e melhorar sempre.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

De acordo com a análise, não foram encontradas, por exemplo, indicações de dietas para emagrecer ou uso de cirurgias plásticas estéticas. Por outro lado, a incitação a um controle constante sobre a mente, as emoções e todo corpo é bastante presente nos textos publicados. A matéria “Eu comigo mesma” (ed. 67), por exemplo, apresenta os benefícios da automassagem nas costas (“para relaxar”), nos pés (“para diminuir a ansiedade”), na lombar (“para quem fica sentado por muito tempo”), nas mãos (“para a energia fluir melhor”) e nas pernas (“para ativar a circulação”). A leitora também recebe instruções de como autoavaliar sua própria energia:

Como saber se a energia do seu organismo está fluindo bem? Existem alguns sinais: mau humor sem motivos, indecisão constante em relação a coisas fáceis de resolver, como não saber se quer ou não brincar, e até sentir pequenas dores como dor de garganta. A estagnação da energia se manifesta em prejuízos para o organismo e pode virar um resfriado, por exemplo.

O olhar sobre a saúde/produtividade do corpo deve ser constante, conforme exposto na matéria “Eu me remexo muito” (ed. 65), em que um professor de educação física afirma:

Se a pré-adolescente não for incentivada a correr, saltar, fazer atividades básicas, provavelmente não vai desenvolver tudo que tem como potencial em sua estrutura corpórea, o que envolve resistência e crescimento ósseo, capacidade cardiorrespiratória, desenvolvimento de força, de agilidade, de coordenação motora. Todas as qualidades físicas básicas.

Sibilia (2007) defende que, diante de uma “crise de interioridade subjetiva”, os corpos não estariam mais aprisionados nas almas, local em que eram depositadas as normas e os preceitos utilizados na administração do corpo moderno. É como se o oculto tão investigado nos “processos civilizadores” já não importasse tanto. O núcleo identitário não estaria mais situado apenas nas fendas da alma, mas em materialidades do próprio corpo, como o cérebro e o código genético. “Em pleno declínio do modelo ‘sentimental’ que marcou uma época, o corpo e a sua superfície epidérmica assumem um papel primordial, pois é na própria *imagem corporal* que cada sujeito mostra a *verdade* sobre si” (SIBILIA, 2007, p. 133, grifos no original). O que se exhibe, então, é o que se é. E, quando o que se é não for mais necessário, é possível mudar, trocar, tirar, enxertar. Sendo, portanto, o corpo este lugar de construir identidades, não há idade para produzir



IX POSCOM
Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

a beleza e o corpo perfeito. Por outro lado, argumenta a autora, isso não significa dizer que o corpo está livre. Pelo contrário, ela se pergunta se o corpo contemporâneo não estaria submetido aos apelos da “*imagem ideal*, uma nova norma que rege as aparências cada vez mais obrigatórias e tortuosamente inatingíveis” (SIBILIA, 2007, p. 136, grifo no original).

Olhando para os discursos de *Atrevidinha*, percebe-se, entretanto, que não basta ser bonita, é preciso ser saudável, numa medida em que as duas palavras sejam correlatas. A saúde indica bom funcionamento dos órgãos, da mente e das emoções, conforme se vê na seção *Mais bonita* (ed. 70). As justificativas para tomar sucos naturais estão em “ter mais energia”, “ficar mais inteligente” e “dormir como um anjo”. Estar em paz, gozando de tranquilidade e sem estresse é fundamental para assegurar o equilíbrio, “lembrando que se sempre existe um meio-termo para se viver feliz!”. Este estado de harmonia está constantemente associado aos ideais de bem-estar presentes na revista. Há, nas diferentes abordagens da revista, um apelo a que as leitoras conheçam o corpo, mesmo que por meio de “informações divertidas” (“a pele é o maior órgão do corpo humano”, “a cada 28 dias as unhas crescem 1 centímetro”, “cada olho tem cerca de 200 cílios”), conforme propõe a seção *Mais bonita* (ed. 69). Manusear o cabelo, as unhas, tratar da pele, fazer um bom uso dos produtos, proteger-se de problemas como queimaduras solares, espinhas, enfim. É preciso aprender a preparar o corpo para a vida adulta, de modo que ele possa crescer sob um estrito controle de qualidade. Nesta dinâmica, limites serão rompidos, fronteiras serão ultrapassadas, e o corpo será capaz de novas possibilidades.

Não se pode negar que os corpos tenham suas limitações biológicas – um recém-nascido, por exemplo, não anda. Entretanto, é na ordem da cultura que as possibilidades físicas, orgânicas e cerebrais mais se manifestam. Os investimentos feitos sobre o corpo e os cerceamentos aos quais ele é submetido expõem ou ocultam possibilidades. Não se trata, todavia, de tomar o corpo como uma entidade dada, com propriedades próprias, portadora de uma essência. Em vez de “o corpo”, Rose (2001) prefere pensar as corporeidades, com suas relações entre humanos ou destes com outros elementos, resultando em distintas potencialidades. O que se tem, dessa forma, é uma estratégia de pensar as subjetividades contemporâneas por meio do repertório de táticas adotadas pelos indivíduos sobre si mesmos.



IX POSCOM

**Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012**

Nosso regime de corporeidade deveria, assim, ele próprio, ser visto como a resultante instável dos agenciamentos nos quais os humanos são surpreendidos, induzindo uma certa relação consigo mesmos como corporificados; tornando o corpo organicamente unificado, atravessado por processos vitais; diferenciando – hoje por meio do sexo, em grande parte de nossa história por meio da “raça”; dando-lhe uma certa profundidade e um certo limite; equipando-o com uma sexualidade; estabelecendo as coisas que ele pode e não pode fazer; definindo sua vulnerabilidade em relação a certos perigos; tornando-o praticável a fim de amarrá-lo a práticas e a atividades (ROSE, 2001, p. 171).

Le Breton (2006) chama de *modalidades corporais* as gestualidades e as sensações impressas no corpo do indivíduo, e afirma que elas são aprendidas constantemente, “conforme as modificações sociais e culturais que se impõem ao estilo de vida, aos diferentes papéis que convém [ao indivíduo] assumir no curso da existência” (LE BRETON, 2002, p. 9). Apesar disso, o autor ressalta que essa “socialização da experiência corporal” aparece em alguns momentos com mais força, como na passagem da infância para a vida adulta. Mais do que as transformações físicas, orgânicas, cerebrais e hormonais, meninos e meninas precisam organizar o complexo repertório de significados que o corpo carrega e aprender a usá-los e interpretá-los, dentro de um universo simbólico específico: “não há nada de natural no gesto ou na sensação” (Ib., Id.). Sendo o corpo este “objeto de uma construção social e cultural” (Ib., p. 65), cabe aos indivíduos contemporâneos a tarefa de empreendê-lo por meio de uma “política do detalhe” (FOUCAULT, 2004), expressa no controle da etiqueta, do vestuário, dos gestuais, do estilo, enfim sobre a aparência e o comportamento. Neste sentido, o corpo se torna um companheiro, por ser um

parceiro daquele de quem se exige a melhor apresentação, as sensações mais originais, a boa resistência, a juventude eterna, a ostentação das marcas distintivas mais eficazes. Em tempos de crise (...) o corpo torna-se um espelho fraternal, um outro eu com quem coabitar. Torna-se o outro mais próximo (LE BRETON, 2006, p. 86).

Não se trata, porém, de uma condução espontânea do corpo, mas dentro de uma norma, de um modelo, engendrados numa biopolítica, cujo exercício deve resultar na preservação da vida. Aparência e comportamento caminham de mãos dadas nos receituários de *Atrevidinha* para um



bem-viver, por meio dos quais as leitoras podem se preparar para crescer, com equilíbrio, dentro de uma normalidade física e psíquica.

Por um corpo feminino jovem

Embora *Atrevidinha* tenha um forte apelo ao crescimento e ao amadurecimento, seus referenciais ideais não são as adultas, mas as adolescentes, as jovens. Às leitoras da publicação são ofertados modelos baseados nas chamadas “divas *teen*”, expressão que apareceu em mais da metade das edições analisadas. “Diva *teen*” é, por exemplo, o título da “entrevista exclusiva” (ed. 67) dada pela cantora e atriz de seriado Selena Gomez. A expressão é atribuída ainda a também cantora e atriz Demi Lovato (*Amigos para sempre*, ed. 69). A chamada de capa da edição 67: “Cabelo de diva, dicas para manter os fios longe dos maus-tratos da chapinha e do secador” mostra que as leitoras também podem desfrutar desse *status*. Elas, por sua vez, já se apropriaram do termo: “adoro as entrevistas com as divas *teens*” (Papel de carta⁴, ed. 68), afirma uma das fãs. “Eu adoro muito a *Atrevidinha* e amei a matéria “Diva *teen*”, pois eu sou superfã da Selena Gomez” (Papel de carta, ed. 69), completou mais uma, seguida na mesma edição por esta outra declaração: “Também curti a matéria com a Polli Aleixo, outra diva minha! Queria pedir uma capa com a minha maior diva, a Isabelle Drummond”. As divas *teen* são reconhecidas por terem agregados a sua imagem beleza, fama e carisma.

Para Calligaris (2009), a adolescência é um “derivado contemporâneo” da infância, na medida em que prolonga o tempo de controle feito pelos adultos. O psicanalista argumenta que a infância foi concebida como a imagem de uma vida que um dia foi feliz e funcionaria, neste sentido, como uma idade de ouro imaginada, em que a pureza, a inocência e a felicidade foram possíveis – um ideal comparativo, portanto. “Os adultos podem desejar ser ou vir a ser felizes, inocentes, despreocupados como crianças. Mas normalmente não gostariam de voltar a ser crianças” (CALLIGARIS, 2009, p. 69). Já a adolescência, para o autor, é mais do que projeção, é uma possibilidade de identificação. Se não era possível ser criança de novo (apenas admirar a infância, reafirmá-la, consolar-se com ela), essa impossibilidade se desfaz diante da adolescência. “O adolescente não é só um ideal comparativo, como as criancinhas. Ele é um ideal

⁴ Nome da seção que publica as cartas das leitoras.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

possivelmente identificatório. Os adultos podem querer ser adolescentes” (CALLIGARIS, 2009, p. 69), podem vestir-se como eles, cantar suas músicas, usar seus tênis, falar como eles. Ao olhar para os adultos esperando encontrar as diretrizes do que deve se tornar, o adolescente descobre sua própria imagem. Tal processo de juvenilização das sociedades, como já foi abordado, avança também na direção das crianças, cujos ideais de vivência não repousam necessariamente sobre a imagem dos adultos, mas dos jovens.

Nestas últimas décadas, as crianças perderam sua especificidade estética. Elas são cada vez menos vestidas como crianças. Tampouco são mascaradas de adultos em miniatura, para antecipar o futuro que se espera para elas. Elas são camufladas de adolescentes (...) O adolescente que elas imitam é o ideal dos adultos que as vestem (Ib., p. 72).

Não é na direção dos adultos, portanto, que as crianças estão sendo chamadas a crescer. O adulto já não se configura como o ser pleno, realizado, desejável. Mitchel e Reid-Walsh (2009) estudaram esta questão utilizando as Bratz Dolls, uma linha de bonecas voltadas para as pré-adolescentes cujo sucesso de vendas se compara ao da Barbie. As autoras chamam a atenção para o fato de, em seus 25 centímetros, elas serem estilosas e estarem sempre vestidas não como crianças ou adultas, mas como adolescentes. Elas são maquiadas e vêm com vários acessórios, alinhados em um tema que vai do *skateboarding* à balada. Têm a cabeça maior do que o corpo e formas um pouco desajustadas, o que contribui para a identificação das meninas pré-adolescentes cujas silhuetas ainda estão em desenvolvimento. Segundo as pesquisadoras, isso mostra que há uma relação diferente daquela que existia com a Barbie, por exemplo, em que a mulher adulta era a figura feminina idealizada. Um dado que não está nos estudos de Mitchel e Reid-Walsh, mas de fácil percepção, é que, hoje, a Barbie Girl é a linha mais disseminada pela Mattel (fabricante da boneca) – uma Barbie adolescente, jovem. Ela não é mais casada, está há High School, escolhendo a profissão, e no mundo da fantasia vestida de princesa ou de fada. Para Mitchell e Reid-Walsh, as meninas agora estão “brincando com a cultura teen” e não com “um mundo adulto de responsabilidades (como ao que a Barbie pertence) mas localizado nos artefatos de música, dança, moda, skateboarding e compra de roupas urbanas” (MITCHELL, REID-WALSH, 2009, p. 4).



IX POSCOM
Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

Dentre as imagens de uma adolescência feminina positivada nas páginas de *Atrevidinha*, há uma prevalente: a garota de atitude. “Ter atitude” passa pela capacidade de ter iniciativa, bem como não “tê-la” resulta em um amplo embaraço. Na matéria “Sim, eu posso!” (ed. 65), as leitoras são chamadas a manter uma “atitude total”. Afinal, explica o texto, “meninas que são proativas, ou seja, que tomam atitudes em vez de ficarem sentadas esperando tudo acontecer, são pessoas que possuem foco em seus projetos de vida”. Na edição 66, a matéria “Menina ou mocinha” confronta: “alguns sinais indicam se você tem a chamada ‘síndrome de Peter Pan’, ou seja, a mania de ignorar que o tempo passou e que você, embora não seja adulta, já cresceu (um pouco) e deve encarar alguns desafios”. O imperativo da atitude que ressoa na publicação está nos mais variados produtos culturais e permeia diferentes instâncias do cotidiano, convocando especialmente jovens a agirem de modo independente, autônomo e em consonância com a sociedade individualista que se ampara cada vez mais no modelo neoliberal.

Esta figura feminina vinculada à ideia de garota de atitude pode remeter facilmente ao que se passou a chamar no início dos anos de 1990 de *Girl Power*. O termo ficou globalmente conhecido graças às apropriações feitas pela mídia de uma maneira geral. Mas sua origem está ligada ao movimento *Riot Grrrrls*⁵. As *Riot Grrrrls* surgiram no cenário da música *punk* em resposta (e protesto) a uma ideia de que meninas não sabem tocar como meninos e que deveriam participar deste ambiente, limitando-se ao consumo deste tipo de música, fora do âmbito da produção. O movimento propunha, então, que as meninas se mostrassem diferentes daquelas imagens tomadas como essencialmente femininas, por meio de uma cultura juvenil que soasse como uma “força positiva abrangendo a autoexpressão através da moda, atitude, e uma abordagem Do-It-Yourself” (GONIK, 2006, p. 7). Era, então, construída uma estética feminina que se expressava em frases de camisetas, tatuagens, bótons, bonés etc. que comumente aludiam a palavras e expressões como “ira”, “amargura”, “política”, “estupro”, “vergonha”, “cadela”. Neste sentido, tal movimento acabou sendo chamado por alguns teóricos da cultura americana como “feminismo juvenil” (GONIK, 2006).

As *Riot Grrrrls* começaram a fazer uso do termo *Girl Power* em referência ao movimento *Black Power*, que atingiu seu momento de maior expressão entre o final dos anos

⁵ Meninas iradas; rebeladas; revoltadas. Os sucessivos “Rs” dão uma ideia de irritação, raiva, impaciência, exasperação.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

1960 e início dos 1970. A proposta das militantes era utilizar a expressão *Girl Power* “como uma estratégia de recuperação da palavra *girl* usando-a estrategicamente para distanciar a si mesmas do mundo com status, hierarquia e padrão adulto e patriarcal” (Ib., p. 6,7, grifo meu). A intenção social e política do *Girl Power*, entretanto, não prevaleceu diante das sucessivas apropriações que sofreu ao longo dos anos 1990. Ele acabou sendo utilizado, sobretudo, no aparato midiático, em diferentes mensagens que circulavam em matérias, músicas, filmes e espetáculos de teatro, sendo tratado como um feminismo “vendável” e “sexy”, por meio de representações de meninas “poderosas”, “bonitas”, “saúdáveis” e “inteligentes”. Gonik argumenta, no entanto, que se, por um lado, o termo foi esvaziado de sua proposta político-social, por outro, ele joga luz sobre uma cultura juvenil feminina em que há uma “alteração nos paradigmas dominantes da produção cultural dirigida às meninas” (GONIK, 2006, p. 10). Trata-se, neste sentido, de uma nova possibilidade de sujeito.

A menina é o assunto do dia: ‘Girl Culture’, ‘Girl Power!’ Em parte transformação social e em parte nicho de mercado, Girl Power!, em seus múltiplos disfarces, significa uma celebração da adolescência feminina e da feminidade em toda sua complexidade. Girl Power! é (...) o poder das mulheres e meninas para quebrar modelos tradicionais e tornar-se quem elas querem ser, femininas mas fortes (GEISSLER, 2001, p. 324).

Esta temática, então, passou a ocupar um amplo espaço não só na indústria cultural ou na publicidade, mas também na academia, onde o fenômeno ganhou diferentes nomenclaturas, conforme cita Geissler (2001): “The G-word”, “Generation G”, “girl culture” – o que acabou repercutindo nos *girlhood studies* (BETTIS, ADAMS, 2005; JIWANI et al, 2006; KEARNEY, 2006; MITCHELL, REID-WALSH, 2009), onde a adolescência feminina é estudada em sua complexidade social, cultural, política e econômica. Ainda segundo Gonik, a ubiquidade do *Girl Power* “tem que ser explicada também pela maneira que repercute social e culturalmente dentro de um clima de ‘sucesso compulsório’ por prover uma imagem de novo sujeito feminino ideal requisitada pelo neoliberalismo” (GONIK, 2006, p. 11).

Esta abordagem, que enxerga o *Girl Power* dentro de seus diferentes usos, também indica que as meninas estão na agenda contemporânea, entendidas como agentes de transformação. Na África do Sul, a apresentadora de TV Oprah Winfrey doou mais de 40 milhões de dólares para a



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

construção de uma escola de educação gratuita para 140 meninas pobres. No discurso de inauguração da *Oprah Winfrey Leadership Academy of Girls*, ela afirmou: “Quando se educa uma menina, começa-se a mudar a face de uma nação”⁶. O movimento *Because I am a girl* é outro exemplo de reivindicação da força feminina adolescente que pleiteia por mais investimentos financeiros sobre as meninas, identificadas como “chave para a mudança”⁷. A conquista mais recente do movimento foi a criação do Dia Internacional da Menina, chancelado pela ONU e comemorado, inclusive no Brasil, pela primeira vez, no dia 11 de outubro de 2012.

Fica, portanto, cada vez mais claro que esta garota de atitude, diante de um Estado cada vez mais ausente e de um crescente processo de responsabilização do indivíduo, precisa empreender meios de assegurar sua posição no mundo por meio do consumo de bens materiais e simbólicos disponibilizados pela cultura contemporânea. Eles possibilitam que meninas alocadas nesse período de transição adquiram práticas sociais que lhes permitirão construir novas identidades e, nesse sentido, novos corpos. Poderão, dessa forma, a partir de um corpo infantil, construir uma “imagem corporal” jovem, sinalizando novas possibilidades de subjetividades.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Miriam (et. al). *Gangues, galeras, chegados e rappers: juventude, violência e cidadania nas cidades da periferia de Brasília*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

ALMEIDA, Maria Antonieta Carbonari. *Coesão textual da linguagem dos pré-adolescentes*. Dissertação (Mestrado em Linguística), Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 1980.

BETTIS, Pamela, ADAMS, Natalie G. (Eds). *Geographies of girlhood: identities in-between*. Mahwah-NJ, USA: Routledge, 2005.

COOK, Daniel, KAISER, Susan. Betwixt and Be Tween: Age Ambiguity and the Sexualization of the Female Consuming Subject. *Journal of Consumer Culture*, v. 4, n. 2, pp. 203-227, 2004.

GEISSLER, Dorie. Generation “G”. *Journal of Sport & Social Issues*, v. 25, n. 3, pp. 324-331, 2001.

⁶ Oprah Winfrey inaugura escola para meninas pobres sul-africanas, Folha de São Paulo, 03/01/2007. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u67300.shtml>. Último acesso em 23/10/2012.

⁷ Disponível em <http://planacanada.ca/Page.aspx?pid=2270>. Último acesso em 02/02/2011.



IX POSCOM

Seminário dos Alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio
07, 08 e 09 de novembro de 2012

GONICK, Marnina. Between “Girl Power” and “Reviving Ophelia”: Constituting the Neoliberal Girl Subject. *Feminist Formations*, v. 18, n. 2, pp. 1-23, 2006.

HALL, Carol. Tween PowerZ: Youth’s Middle Tier Comes of Age. *Marketing and Media Decisions*, pp. 56-62, out. 1987.

JIWANI, Yasmin et al. *Girlhood: redefining the limits*. Montreal-CA: Black Rose Books, 2006.

KEARNEY, Mary Celeste. *Girls make media*. Mahwah-NJ, USA: Routledge, 2006.

CALLIGARIS, Contardo. *A adolescência*. São Paulo: Publifolha, 2009 (Coleção Folha Explica).

LE BRETON, David. *A sociologia do corpo*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e Punir*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo. La juventud es más que una palabra. In: _____. *La juventud es más que una palabra*. Buenos Aires: Biblos, 2000, pp. 13-30.

MITCHELL, Claudia, REID-WALSH, Jacqueline. Theorizing tween culture within girlhood studies. In: _____, _____ (Eds). *Seven going on seventeen: Tween Studies in the culture of girlhood*. New York: Peter Lang Publishing, 2009, pp. 1-21.

MEIRA, Monica Birchler Vanzella. Sobre estruturas etárias e ritos de passagem. *Revista ponto-e-vírgula*, PUC-SP, n. 5, pp. 185-201, 2009.

ROSE, Nikolas. Inventando nossos eus. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). *Nunca fomos humanos*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001, pp. 137-204.

SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

SIBILIA, Paula. Etéreas prisões do corpo: da alma (analógica) à informação (digital). In: CRUZ, Nina Velasco, QUEIROZ, André (Orgs.). *Foucault hoje?* Rio de Janeiro: 7Letras, 2007, pp. 130-139.

_____. Em busca da felicidade lipoaspirada: agruras da imperfeição carnal sob a moral da boa forma. In: FREIRE FILHO, João (Org.). *Ser feliz hoje: reflexões sobre o imperativo da felicidade*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2010, pp. 195-212.

TOMAZ, Renata. *Da negação da infância à invenção dos tweens: imperativos de autonomia na sociedade contemporânea*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura), Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2011.