



COMUNICAÇÃO E GÊNERO

Um panorama da pesquisa empírica no cenário nacional

Carla Rizzotto (Org.)

VIIENPE
COM

ENCONTRO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO



Copyright © 2016, Syntagma Editores Ltda.

Capa > Janiclei Mendonça

Planejamento Gráfico e Diagramação | Janiclei Mendonça

Coordenação Editorial | Celso Moreira Mattos

Revisão | Josemara Stefaniczen

Ficha catalográfica | Tércia Merizio, CRB 9-1248

Produção Eletrônica | Syntagma Editores Ltda.

Comissão Científica

Profa. Dra. Cláudia Quadros, PPGCOM (UFPR)

Prof. Dr. Fábio Hansen, PPGCOM (UFPR)

Prof. Dr. Hertz Wendel de Camargo, PPGCOM (UFPR)

Profa. Dra. Luciana Panke, PPGCOM (UFPR)

Profa. Dra. Regiane Ribeiro, PPGCOM (UFPR)

Profa. Dra. Rosa Maria Cardoso Dalla Costa, PPGCOM (UFPR)

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

R627

Comunicação e gênero: um panorama da pesquisa empírica no cenário nacional/organizada por Carla Cândida Rizzotto; – Londrina, Syntagma Editores, 2016.

204 p.

ISBN: 978-85-62592-26-3

1. Ciências Sociais (300) I. Rizzotto, Carla Candida.

CDU - 76



SYNTAGMA

Syntagma Editores Ltda., Londrina (PR), Março de 2016
www.syntagmaeditores.com.br

Apresentação



O Encontro de Pesquisa em Comunicação – Enpecom – promovido pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná realizou, em 2015, a sua sétima edição. O Enpecom vem fortalecendo a cada ano sua missão de promover a difusão e a discussão da produção científica na área de Comunicação Social, originária de várias partes do País, e assim consolidar sua abrangência nacional. Dessa maneira cumpre seu objetivo de ampliar o debate e a produção intelectual em comunicação, possibilitar o acesso às pesquisas em andamento e incentivar o desenvolvimento de pesquisas futuras. Para a sétima edição foram recebidos mais de 120 trabalhos para apresentação nos 5 Grupos de Trabalhos – Sociedade, Cultura, Política, Educação e, o mais novo deles, Consumo. Destes, foram selecionados e apresentados 76 artigos de pesquisadores e estudantes de pós-graduação de diversos estados brasileiros, como Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Rio de Janeiro, São Paulo, Distrito Federal e Pernambuco. Desde a edição anterior do evento a dinâmica de cada GT se baseia no sistema de relatos, garantindo assim que as contribuições para o desenvolvimento das pesquisas em andamento sejam relevantes e efetivas.

Para este livro, a comissão científica do VII Enpecom selecionou, dentre os artigos que se encaixavam na temática desta edição do encontro – Comunicação e Gênero –, os dez que se destacaram por sua qualidade e relevância, buscando compor uma seleção de textos com abordagens teóricas e metodológicas distintas, bem como agregando múltiplos objetos de pesquisa que pudessem representar a temática em toda sua diversidade.

A eleição da temática se deveu a sua atualidade bem como à efervescência de movimentos e mobilizações pelos direitos das mulheres – que se articulam a outros movimentos sociais, como o movimento negro e o LGBT. Ainda que nos últimos anos alguns avanços legislativos importantes tenham sido feitos – como a lei Maria da Penha (11.340/06) que criou mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher, a Lei do Feminicídio (13.104/15) que alterou o código penal, incluindo o feminicídio como modalidade de homicídio qualificado –, a eleição de um congresso com tendências conservadoras marcou 2015 como um ano difícil, com ameaças de retrocesso neste campo. O Projeto de Lei 5069/2013, que cria empecilhos para a realização de aborto em serviços de saúde pública pelas mulheres vítimas de violência sexual, levou milhares de mulheres às ruas do Brasil, entre o final de outubro e o início de novembro de 2015, pedindo a saída do autor do referido projeto, Eduardo Cunha. Juntam-se a isso episódios como a discussão sobre a não inclusão de orientações para a valorização da diversidade sexual e superação das desigualdades de gênero nas diretrizes educacionais, chamada de “ideologia de gênero” por grupos fundamentalistas; a citação da filósofa feminista Simone de Beauvoir na prova do Exame Nacional de Ensino Médio (Enem) e o tema da redação – “A persistência da violência contra a mulher na sociedade brasileira” – do mesmo exame, que geraram até mesmo moção de repúdio da câmara dos vereadores de Campinas/SP, que afirmaram ser “contra a inserção de questão de temática de ideologia de gênero”¹; o assédio à participante do reality show de culinária Master Chef Junior, de apenas 12 anos de idade, que originou a mobilização de milhares de mulheres através da internet com a utilização da hashtag #meuprimeiroassédio, entre outras coisas. Neste cenário é de fundamental importância que a academia absorva esses conteúdos.

Gênero se refere às características, condutas e papéis considerados como masculinos ou femininos em determinada cultura e em

1 <http://educacao.uol.com.br/noticias/2015/10/30/vereadores-de-campinas-aprovam-mocao-contra-enem-e-simone-de-beauvoir.htm>

determinado período histórico. Gênero é, portanto, uma construção social, e não uma determinação biológica como se tenta, ainda hoje e também através da mídia, fazer crer.

O termo foi inicialmente utilizado pela linguística, fazendo referência às categorias gramaticais dos substantivos, artigos, adjetivos e pronomes; a dimensão política só começou a ser abordada entre os anos 1960 e 1970 quando começou-se a discutir as relações sociais desiguais entre homens e mulheres²:

de la perspectiva psicológica se pasa a la noción de sistema de sexo-género o patriarcado como ‘política’ en el sentido amplio de este último término, sentido propio de la Escuela filosófica de Frankfurt que considera que ‘política’ no es solo ‘lo que hacen los políticos’. ‘Política’ remite aquí a ‘relaciones de poder’ orientadas a la dominación incluso en el ámbito de las relaciones personales, en el seno de la familia o la pareja (PULEO, 2007, p. 17³).

Alguns componentes podem nos auxiliar a entender o sistema de gênero. O primeiro deles diz respeito aos “papéis de gênero”, que dividem o trabalho de acordo com o sexo, determinando que a mulher se localiza no âmbito doméstico, realizando tarefas que se relacionam com a atividade reprodutiva, enquanto o homem se localiza no âmbito público, realizando trabalho remunerado que é frequentemente associado com prestígio, autonomia, autoridade e independência.

O segundo conceito é o de “identidade de gênero”, que não deve ser confundido com o de identidade sexual – ou identidade afetivo-sexual já que nem sempre prescinde o ato sexual – que se refere à orientação heterossexual, homossexual, bissexual ou assexual de um indivíduo. Enquanto o conceito de identidade ou orientação sexual traz consigo a questão da alteridade, já que se refere a uma relação com o outro, o de identidade de gênero diz respeito ao reconhecimento do próprio indivíduo como pertencente a um ou outro gênero estabelecidos culturalmente. Os indivíduos que se reconhecem como sendo do mesmo gênero pressuposto culturalmente pelo seu sexo – ou seja, indivíduos com genitália masculina que se identificam como masculinos e indivíduos com genitália feminina que se identificam como femininos – são chamados de cissexuais; e os indivíduos cuja

2 Os primeiros a abordarem a relação política de gênero foram Robert Stoler em “Sex and Gender” e Gayle Rubin em “The Traffic in Women”. Também é bastante conhecida a frase de Simone de Beauvoir (1970) que diz que “não se nasce mulher, torna-se.” (LEÓN, 2007).

3 PULEO, A. H. Introducción al concepto de género. In: PLAZA, J. F.; DELGADO, C. (org.) Género y comunicación. Madrid: Fundamentos, 2007.

identidade de gênero discorda de seu sexo biológico são chamados de transgêneros, transexuais ou travestis.

Status de gênero é o terceiro conceito que constitui o sistema de gênero: “este concepto alude al hecho de que, en todas las culturas, los hombres y lo masculino son socialmente considerados más importantes que las mujeres y lo femenino.” As normas e sanções de gênero também fazem parte deste sistema, pois funcionam como um reforço dos conceitos anteriores – status, papéis e identidade – determinando condutas e atitudes que afetam a sexualidade, e punindo as condutas que fogem do que é considerado socialmente “normal”: “la lapidación de las adúlteras y la cárcel para los homosexuales son todavía ejemplos corrientes de la extrema dureza con que puede responderse a una desviación de la norma de género⁴”, outro exemplo deste controle é a moral ocidental que permite a promiscuidade dos homens e cobra o pudor das mulheres.

Por último, os estereótipos e os discursos de legitimação de gênero encerram os conceitos pontuais que devem ser abordados quando se quer entender o sistema de gênero. Os primeiros fixam modelos de masculinidade e feminilidade que são legitimados pelos segundos. Tais discursos são propagados através dos mitos, das religiões, da literatura, das ciências sociais e naturais e, especialmente, da mídia, que frequentemente oferece explicações sobre a desigualdade entre os sexos, naturalizando algo que é historicamente construído.

A partir disso, é importante destacar que o feminismo não deve ser individualizado, não se trata de lutar para que as mulheres possam ocupar as mesmas posições – de poder – que os homens. Se trata, mais do que isso, de acabar com tais hierarquias, através, entre outras coisas, do questionamento da divisão sexual do trabalho – que separa as atividades vistas como masculinas, e, portanto, públicas e produtivas, daquelas vistas como femininas, sempre relacionadas ao cuidado – da casa, das crianças, dos idosos, dos incapacitados. Transferir o cuidado da casa para outras mulheres – pobres e quase sempre negras – não resolve o problema. Nancy Fraser⁵, feminista e importante pesquisadora da temática, alerta que é preciso tomar cuidado para que os ideais feministas não sejam distorcidos a serviço de um fim capitalista. Segundo ela, a dominação masculina não será superada enquanto não for abolida a sobrevalorização da produção econômica em detrimento das questões sociais.

4 PULEO, 2007, p. 21 e 25.

5 http://opinionator.blogs.nytimes.com/2015/10/15/a-feminism-where-leaning-in-means-leaning-on-others/?smid=fb-share&_r=0

Nesta direção, a vertente interseccional do feminismo entende que não existe primazia de uma opressão sobre a outra e, portanto, a luta contra a opressão de gênero não pode ser desconectada das lutas contra as opressões de classe e raciais. É fundamental que as discussões acadêmicas levem isso em conta para não elitizar o feminismo, além do que se pode perceber dentro do próprio movimento.

No que diz respeito à comunicação, área em que este livro se insere, destacam-se questões relativas à representação da mulher nos produtos midiáticos, assim como o papel da mídia na disseminação da chamada cultura do estupro. A mídia é produtora e reprodutora de conhecimentos e influência na percepção da “realidade” e na formação da opinião pública. Mas, além disso, os meios também sugerem modelos, estereótipos e papéis sexuais através da reprodução de pautas culturais que são interiorizadas muitas vezes sem resistência e recebem o aval de modelos culturais.

O primeiro capítulo, escrito por Ana Luiza Coiro Moraes e Giane Vargas Escobar, intitulado “‘Para encher os olhos’: uma análise cultural da visibilidade de uma rainha negra no jornal A Razão”, articula questões de gênero, classe e raça com o objetivo de realizar uma análise cultural em que são centrais as rainhas e princesas dos concursos de beleza realizados pelo clube social negro Treze de Maio, da cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul, na década de 1970. As autoras se ancoram nos três níveis culturais explicados por Raymond Williams – a cultura vivida, a cultura registrada e a cultura da tradição seletiva – para discutir o espaço dado àquelas mulheres na coluna social do jornal A Razão, vendo-o como um lugar de seleção das tradições culturais. Como resultados apontam a seleção do “feminino desejável”, bem como a segregação entre as mulheres “do centro” e as mulheres “do bairro” e entre as mulheres negras e as mulheres brancas.

No segundo capítulo, “Percepções e representações de ‘mulheres maduras’”: uma autoimagem”, as protagonistas da pesquisa são as mulheres com idade entre 45 e 64 anos. Essas mulheres são frequentemente invisibilizadas nos produtos midiáticos e quando aparecem são representadas pela mídia através de imagens que não correspondem ao real, podendo gerar frustrações e descontentamentos. Desta inquietação nasce o estudo realizado por Denise Araujo, Carmen Rial, Daniela Quevedo e Daniel Keller que, através de pesquisa exploratória e entrevistas individuais, busca responder qual é a percepção da mulher madura a respeito da construção da sua autoimagem. Dentre os resultados os autores apontam que as mulheres

pesquisadas evidenciam sua imagem através de atributos emocionais e simbólicos – destacando como se encontram satisfeitas consigo mesmas, mas sem deixar de lado a preocupação em como são vistas fisicamente, demonstrando uma tentativa de identificação com as mulheres, geralmente mais jovens, retratadas pela mídia e valorizadas nos discursos que circulam na sociedade brasileira. Ainda assim, a presença de aspectos positivos que remetem à satisfação pessoal é uma marca importante e comum às entrevistadas.

Em “O bajubá da boneca: a comunicação como representação da travesti”, Rafael Bozzo Ferrareze e Ana Paula Moreira tratam da construção da identidade da travesti através do corpo e da linguagem. Para isso, além de pesquisa bibliográfica, realizaram pesquisa de campo utilizando histórias de vida das travestis que trabalham como prostitutas na cidade de Guarapuava, no Paraná. Segundo os autores é o corpo, utilizado como elemento de diferenciação e identificação, por meio dos processos de hormonização e siliconização, que empodera as travestis para a realização dos seus desejos e efetivação do seu papel social. A linguagem também é recriada com o objetivo de oferecer sentido para a representação das travestis e reafirmar sua identidade: “bajubá” é como se nomeia o vocabulário exclusivo das “bonecas” - as travestis -, essas palavras, dentre tantas outras, tornam explícitos seu modo de vida e relações sociais, as representando e auxiliando na composição de sua narrativa de vida.

Com um objeto que também foge ao padrão binário cisgênero, Anderson Lopes da Silva e Valquíria Michela John discutem, no quarto capítulo - “Visibilidade e representação de corpos abjetos no audiovisual: as mulheres trans na ficção seriada via streaming”, a representação da transgeneridade em duas séries transmitidas via streaming – Orange is The New Black (OITNB) e Sense8. Embasados em Judith Butler – que explica que a abjeção dos corpos é um processo discursivo - os autores defendem a relevância dos conteúdos midiáticos no que diz respeito à representação dos corpos: “Os conteúdos midiáticos, especialmente os audiovisuais, são espaços privilegiados de circulação de identidades, de construção, reforço e/ou problematização de representações ligadas aos corpos. No que se refere aos corpos trans, essas representações são ainda escassas e, muitas vezes, reforçadoras dos padrões binários e de estereótipos”⁶.

Utilizando a teoria das representações sociais como marco metodológico, a análise das personagens Sophia Burset (OITNB) e

Nomi Marks (Sense8) mostra que as duas séries podem ser consideradas trans ally, uma vez que são apoiadoras da causa trans por funcionarem como espaços de desconstrução do binarismo homem/mulher, mostrando a complexidade das identidades e sustentando o debate para além da fetichização.

A prática da decoração é discutida a partir de uma perspectiva de gênero no quinto capítulo desta coletânea, “Homens da casa: a decoração com personalidade”. A atividade, que por se relacionar com o cuidado da casa, é estereotipicamente vista como feminina, é associada ao gênero masculino pelo corpus da pesquisa, o blog de decoração “Homens da casa”. Através da análise da seção “Leitor”, Lindsay Jemima Cresto e Marinês Ribeiro dos Santos apontam estratégias de linguagem que delimitam o caráter masculino do blog, como por exemplo a utilização de palavrões, marca de agressividade e violência frequentemente relacionada ao estereótipo masculino. Outra expressão que se destaca é “coisa de mulher” que, segundo as autoras, é problemática uma vez que sugere uma hierarquia de valores. Assim, conclui-se que a construção da diferença é fundamentalmente realizada através dos discursos.

A temática do consumo aparece também no texto de Denise Gabriel Witzel, “Na ordem discursiva do feérico mundo do feminino na publicidade”, capítulo sexto. A partir da visão de que a promessa da felicidade eterna é apresentada pela publicidade tal qual pelos contos de fada - “as publicidades que nos atingem hoje, mais do que nunca, parecem ter incrementado e sofisticado a fórmula do faz-de-conta”⁷, a autora realiza uma análise de discurso de uma peça publicitária que faz referência ao conto da Branca de Neve. Na análise são traçadas as marcas identitárias que decorrem da relação intertextual entre o conto e a publicidade: de um lado, as repetições – as cores, as personagens, a maçã; de outro, os rompimentos com a identificação do feminino, antes, a princesa tola e dependente, agora, a mulher poderosa e sedutora. Nos dois casos, a determinação do papel social da mulher, e o “felizes para sempre”.

Da publicidade para a televisão, da princesa para a mulher da periferia, a determinação midiática do papel social da mulher é abordada também por Luciane Leopoldo Belin em “Guerreiras da quebrada: o empoderamento da mulher da periferia no programa ‘Esquenta’”. Partindo da tese de que a construção da identidade do público é amplamente influenciada pela sua representação nos pro-

duto midiáticos, a autora, através da análise de conteúdo de 10 edições do programa dominical da Rede Globo apresentado por Regina Casé, visa apresentar e discutir o perfil da mulher da periferia segundo o programa. Como resultado predomina o retrato da mulher “guerreira” - ativa, empoderada e independente.

Os Estudos Queer, questionadores das noções binárias de gênero, são base teórica dos capítulos oitavo e nono. Camila Oliveira e Gabrielle Staniszewski analisam o webdocumentário [SSEX BBOX], uma série sobre sexualidades – assim, no plural – buscando responder qual é o seu potencial comunicativo-educativo, ou seja, em que medida possibilita a construção crítica do conhecimento a respeito da temática. As autoras entendem a tecnologia a partir da visão de Maria Isabel Orofino, que aponta o seu potencial para a superação da exclusão e opressão ao auxiliar o processo de significação do mundo por parte dos indivíduos. Demonstram que a proposta do produto analisado expande as noções de sexualidade e gênero e “desperta para estranhar as faces que regulam a sexualidade e para as possibilidades “fora da caixa” da heterossexualidade compulsória⁸”.

De modo semelhante, Camila Olivia-Melo discute o potencial educativo da performance arte, entendida pela autora como uma expressão corporal subjetiva dotada de criticidade, ou seja, o corpo utilizado como ferramenta de emissão de mensagens. Pensando a inter-relação entre comunicação e educação a partir de Jesus Martin-Barbero, a autora busca responder sua questão de pesquisa com um olhar empírico sobre as relações de trocas de saberes e experiências entre os participantes da Casa Selvática, um espaço artístico e coletivo na cidade de Curitiba. Melo conclui que a performance arte pode atingir uma dimensão educativa porque “problematiza os modos de ler o mundo e provoca a criação de novas disposições ao aprender⁹”. Esta dimensão, todavia, é mais próxima da experiência dos saberes que de uma concepção educativa formal.

Por fim, o décimo capítulo - “Diversidade de gênero e marketing eleitoral: análise das propostas de governo da candidata à presidência Luciana Genro para mulheres e LGBTs” - é representante dos estudos da área de comunicação e política. Alice Lima e Karen Greco analisam o programa de governo da candidata Luciana Genro nas eleições de 2014 sob a ótica dos conceitos de paridade participativa e justiça da filósofa feminista Nancy Fraser. Nesta direção as autoras utilizam

8 OLIVEIRA; STANISZEWSKI, p. 156

9 OLIVIA-MELO, C. p. 208

a redistribuição – justiça por meio da distribuição econômica, o reconhecimento – valorização dos aspectos identitários, e a representação como categorias analíticas. Demonstrou-se que dentre as propostas de governo analisadas, a maior parte delas se classificam como políticas de reconhecimento, segundo as autoras porque “até acontecer o cenário ideal de equidade social, os grupos precisam ter propostas específicas e políticas afirmativas. O processo é longo, porém não impossível¹⁰”.

Como se observa, os textos que compõem este livro abordam a temática comunicação e gênero de maneira variada, adotando objetos e metodologias diversas. Representam o teor das pesquisas que vem sendo realizadas na segunda década do século XXI sobre esta temática, e embora este livro não tenha a pretensão de esgotar as múltiplas facetas dessa discussão, espera contribuir para o aprofundamento do conhecimento.

Não há como finalizar essa apresentação sem agradecer às pessoas que foram fundamentais para a realização do VII Enpecom: a comissão científica, Cláudia Quadros, Fábio Hansen, Hertz Wendel de Camargo, Luciana Panke, Regiane Regina Ribeiro e Rosa Maria Cardoso Dalla Costa; os mestrandos do Programa de Pós-Graduação (PPGCom) da Universidade Federal do Paraná, que compuseram a comissão organizadora do evento; bem como o Departamento de Comunicação da UFPR, o PPGCom/UFPR e a CAPES, pelo apoio e patrocínio para a realização do VII Enpecom.

Profa. Dra. Carla Cândida Rizzotto¹¹

10 LIMA; GRECO. p. 28.

11 Doutora em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná. É professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná, onde realiza pós-doutorado com bolsa do Programa Nacional de Pós-Doutorado (PNPD) da Capes. Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação e Mobilização Política.

Sumário de

Autores

Anderson Lopes da Silva

Alice Lima

Ana Luiza Coiro Moraes

Ana Paula Moreira

Camila Oliveira

Camila Oliva-Melo

Carmen L. S. Rial

Daniel G. Keller

Daniela M. Quevedo

Denise Castilhos de Araújo

Denise Gabriel Witzel

Gabrielle Staniszewski

Glane Vargas Escobar

Karen Greco

Lindsay Jemima Cresto

Luciane Leopoldo Belin

Marinês Ribeiro dos Santos

Rafael Bozzo Ferrareze

Valquiria Michela John

Camila Oliveira

Graduanda do 4º ano de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - na Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro) e tem interesse na temática de Comunicação e Gênero sob a perspectiva dos Estudos Queer, área na qual vem desenvolvendo seu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Contato: camilaoliveira023@gmail.com

Camila Olivia-Melo

Doutoranda em Artes & Design (Comunicação, Cultura e Artes) na PUC-Rio, mestra em Comunicação pela UFPR, especialista em Comunicação, Política e Imagem também pela UFPR. Atua principalmente nas áreas: Teoria da Comunicação e suas interfaces com Artes, Educação e Estudos de Gênero; Mídias alternativas, Filosofia do Design e Metodologias para EaD. Pesquisa atualmente: escrita etnográfica, subjetividade no design, circuito de fanzines, corpo e comunicação. Produz e publica desde 2000 o *poezine grrrito mouco*, uma publicação autônoma (faça você mesma) contendo colagens, prosa e poesia. sites: <http://camilapuni.tumblr.com> - <http://pucrj.academia.edu/camilapuni> E-mail camilamelopuni@gmail.com.

Carmem L. S. Rial

Doutora em Antropologia, docente e pesquisadora da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). rial@ufsc.br.

Daniel G. Keller

Bacharel em Moda, mestrando do Programa de Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale. danielkeller@gmail.com.

Daniela M. Quevedo

Doutora em Recursos Hídricos, docente e pesquisadora da Universidade Feevale, danielamq@feevale.br.

Denise C. de Araújo

Doutora em Comunicação Social, docente e pesquisadora da Universidade Feevale. deniseca@feevale.br. Financiamento CNPq.

Denise Witzel

Professora do Departamento de Letras e do Programa de Pós Graduação em Letras (Mestrado) da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO). Guarapuava – PR. Doutora em Linguística e Língua Portuguesa pela Unesp – FCL/Araraquara-SP, com estágio doutoral na Université Louis Lumière, (Lyon II-França) Contato: witzeldg@gmail.com

Lindsay Jemima Cresto

Professora do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), nas áreas de Teoria e História do Design e Semiótica. Mestre em Tecnologia pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), cursa o doutorado em Tecnologia e Sociedade no Programa de Pós-Graduação em Tecnologia (UTFPR), na linha Mediações e Culturas. Desenvolve pesquisa na área de design, com ênfase nas relações entre design, cultura material e representações de gênero na decoração de interiores domésticos. E-mail lincresto@hotmail.com

Marinês R. dos Santos

Professora na Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) desde 1995. Leciona nos cursos de graduação do Departamento Acadêmico de Desenho Industrial e no Programa de Pós-Graduação em Tecnologia, junto à linha de pesquisa Mediações e Culturas. Fez Doutorado em Ciências Humanas na Universidade Federal de Santa Catarina, concluído em 2010. Realiza pesquisas em Design, focalizando temas como cultura material, espaço doméstico e relações de gênero. É autora do livro “O Design Pop no Brasil dos Anos 1970: Domesticidades e Relações de Gênero na Decoração de Interiores”, publicado pela Editora da UFPR em 2015. E-mail ribeiro@utfpr.edu.br

Rafael B. Ferrareze

Mestre em Desenvolvimento Comunitário pelo Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Desenvolvimento Comunitário (PPGDC) da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), Irati/PR. Graduado em Serviço Social pela Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), Guarapuava/PR.

Valquíria M. John

Doutora em Comunicação e Informação pelo PPGCOM/UFRGS, Mestre em Educação pela UFSC/SC, graduada em Comunicação Social - Jornalismo pela Univali/SC. Professora do curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Itajaí - Univali. Líder de pesquisa do grupo Monitor de Mídia, integrante do Obitel - Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva. Email: vmichela@gmail.com

Sumário de

Artigos

1
25

"PARA ENCHER OS OLHOS":
UMA ANÁLISE CULTURAL DA
VISIBILIDADE DE UMA RAINHA NEGRA
NO JORNAL A RAZÃO

Giane Vargas Escobar
Ana Luiza Coiro Moraes

2
43

PERCEPÇÕES E REPRESENTAÇÕES
DE MULHERES "MADURAS": UMA
AUTOIMAGEM

Denise Castilhos de Araujo
Carmen L. S. Rial
Daniela M. Quevedo
Daniel G. Keller

3
59

O BAJUBÁ DA BONECA –
A COMUNICAÇÃO COMO
REPRESENTAÇÃO DA TRAVESTI

Rafael Bozzo Ferrareze
Ana Paula Moreira

4
73

VISIBILIDADE E REPRESENTAÇÃO DE
CORPOS ABJETOS NO AUDIOVISUAL:
AS MULHERES TRANS NA FICÇÃO
SERIADA VIA *STREAMING*

Anderson Lopes da Silva
Valquíria Michela John

5

92

HOMENS DA CASA:
A DECORAÇÃO COM
PERSONALIDADE

Lindsay Jemima Cresto
Marinês Ribeiro dos Santos

6

114

NA ORDEM DISCURSIVA DO
FEÉRICO MUNDO DO FEMININO
NA PUBLICIDADE

Denise Gabriel Witzel

7

126

GUERREIRAS DA QUEBRADA: O
EMPODERAMENTO DA MULHER
DA PERIFERIA NO PROGRAMA
"ESQUENTA!"

Luciane Leopoldo Belin

8

145

CONTRIBUIÇÕES DOS ESTUDOS
QUEER PARA A INTERFACE
COMUNICATIVO-EDUCATIVA:
WEBDOCUMENTÁRIO [SSEX BBOX]

Camila Oliveira
Gabrielle Staniszewski

9
159

QUEERIZANDO IMAGINÁRIOS:
A POTÊNCIA EDUCATIVA-
COMUNICATIVA DA
PERFORMANCE ARTE

Camila Olivia-Melo

10
176

DIVERSIDADE DE GÊNERO E
MARKETING ELEITORAL: ANÁLISE
DAS PROPOSTAS DE GOVERNO DA
CANDIDATA À PRESIDÊNCIA LUCIANA
GENRO PARA MULHERES E LGBTS

Alice Lima
Karen Greco



1 “PARA ENCHER OS OLHOS”: UMA ANÁLISE CULTURAL DA VISIBILIDADE DE UMA RAINHA NEGRA NO JORNAL A RAZÃO¹

*Giane Vargas Escobar
Ana Luiza Coiro Moraes*

Introdução: um clube, sua rainha e a cultura da segregação e das desigualdades de gênero

O artigo aborda o regime de segregação racial constatado pela mera presença de um clube social negro, o Treze de Maio, na cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, problematizando, todavia, a presença do que Raymond Williams (2003) chama de cultura da tradição seletiva também no espaço de divulgação de eventos sociais em que se configura a coluna social do jornal *A Razão*.

Trata-se da discussão de resultados parciais de uma pesquisa em desenvolvimento², cujo foco recai nas narrativas e histórias de vida de rainhas e princesas dos certames de beleza que o clube promovia como

1 Artigo desenvolvido a partir de trabalho apresentado no GT Comunicação e Cultura, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM. Pesquisa com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq – Brasil: Processo nº 462189/2014-7; Chamada MCTI/CNPQ/Universal 14/2014.

2 Tese de doutorado “Para Encher os Olhos”: identidades e representações culturais das Rainhas e Princesas do Clube Treze de Maio de Santa Maria no jornal *A Razão* (1960-1980), em desenvolvimento no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM.

parte de seu projeto de visibilidade negra na sociedade local, em meio a uma sociedade racista, segregacionista e machista. Para tanto, a pesquisa tem como fonte documental o jornal *A Razão*, onde investiga como a sua coluna social (in)visibilizou essas rainhas e princesas.

Neste artigo, analisamos a entrevista concedida pela Rainha do Carnaval do Clube Treze de Maio e 1ª Princesa do Carnaval de Santa Maria em 1970, Alcione. Além disso, cotejamos dados obtidos na pesquisa documental (Moreira, 2008) aos acervos de duas fontes secundárias: o jornal *A Razão* e o Museu Comunitário Treze de Maio³. Buscamos verificar os regimes de tradição seletiva perpetrados no momento em que essas duas eleições se davam, isto é, quando esta era uma cultura efetivamente vivida, centradas na cobertura do jornal aos eventos, ou seja, no registro documental daquele espaço-tempo cultural, com ênfase na situação da mulher negra na sociedade santa-mariense a partir de uma perspectiva de gênero. E isso significa, segundo a fundadora e coordenadora-executiva do Geledés – Instituto da Mulher Negra de São Paulo Sueli Carneiro, buscar:

[...] uma perspectiva feminista na qual o gênero seja uma variável teórica, mas como afirmam Linda Alcoff e Elizabeth Potter, que não “pode ser separada de outros eixos de opressão” e que não “é possível em uma única análise. Se o feminismo deve liberar as mulheres, deve enfrentar virtualmente todas as formas de opressão”⁴. A partir desse ponto de vista, é possível afirmar que um feminismo negro, construído no contexto de sociedades multirraciais, pluriculturais e racistas – como são as sociedades latino-americanas – tem como principal eixo articulador o racismo e seu impacto sobre as relações de gênero, uma vez que ele determina a própria hierarquia de gênero em nossas sociedades. (CARNEIRO, 2011, p. 1). Dessa forma, com a brevidade do espaço deste artigo, articulamos classe social, gênero e racismo para empreender uma análise cultural cujas bases se ligam às reflexões alinhadas com os Estudos Culturais, sobretudo o estudo de Raymond Williams (2003) sobre as tradições seletivas.

3 O Museu Comunitário Treze de Maio foi fundado em 20 de novembro de 2003, originando-se de um projeto que transformou o clube social negro em museu comunitário, a partir do conceito da Nova Museologia que entende “o museu como instrumento de desenvolvimento”, um museu evolutivo, consistindo em um processo de longo prazo, sobre um território, para uma população, com patrimônio ancorado na cultura viva desta, utilizando a linguagem do objeto (VARINE, 2012, p. 201). O Museu foi idealizado pelos então alunos do Curso de Especialização em Museologia, do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA), no período de 2001 a 2002: Giane Vargas Escobar, João Heitor Silva Macedo, Antonia Marisa P. César e Jussara Lopes, em consonância com as demandas e expectativas do movimento negro local.

4 Carneiro se refere a Linda Alcoff e Elizabeth Potter, autoras de *Feminist Epistemologies* (Thinking Gender), publicado em 1993, por Taylor & Francis.

Análise cultural: a cultura vivida, a cultura registrada e a cultura da tradição seletiva

A análise cultural pode ser situada no que Marconi e Lakatos (2003, p. 221) chamam de métodos de procedimentos, que “presupõem uma atitude concreta em relação ao fenômeno”; ou, como sinaliza Gil (2008), como um dos métodos que indicam os meios técnicos da investigação. A finalidade de tais métodos, de acordo com este autor, é “fornecer a orientação necessária à realização da pesquisa social, sobretudo no referente à obtenção, processamento e validação dos dados pertinentes à problemática que está sendo investigada” (GIL, 2008, p. 15).

Dessa forma, sintetizando a noção de métodos de procedimentos de Lakatos e Marconi (2003) e a de métodos que indicam os meios técnicos da investigação, em Gil (2008), é possível considerar a análise cultural inserida em ambas as classificações, que remetem a ações concretas no contexto da pesquisa. (COIRO-MORAES, 2015, p. 4).

Essa ideia de concretude, aliás, já se encontra em Raymond Williams (2003), quando ele define a teoria da cultura como “o estudo das relações entre os elementos de todo um modo de vida”, apontando que:

A análise da cultura tem o intento de descobrir a natureza da organização que constitui o complexo dessas relações. A análise de obras ou instituições específicas é, neste contexto, a análise de seu tipo essencial de organização, as relações que umas ou outras encarnam como partes da organização em seu conjunto. Nela, a palavra chave é “padrão”: qualquer análise cultural útil se inicia com o descobrimento de um tipo característico de padrões, e a análise cultural geral se ocupa das relações entre eles, que às vezes revelam identidades e correspondências inesperadas entre atividades até então consideradas em separado, e em outras ocasiões mostram descontinuidades imprevistas. (WILLIAMS, 2003, p. 56),

Os padrões que marcam as práticas sociais num específico momento e numa particular formação social e as maneiras como são vividos, experimentados e, por vezes, reinventados pelos sujeitos, de maneira a se tornarem “novas práticas sociais”, constituem seus modos de organização, ou seja, “padrões culturais”, de onde as regularidades e as rupturas podem ser rastreadas no processo analítico,

tendo em conta, para tanto, os meios de registro dessas conjunturas espaço-temporais e, por vezes a eles contrapondo-se, o que efetivamente é vivido pelos sujeitos.

Neste sentido, elegemos a noção de análise cultural preconizada por Williams, sobretudo no segundo capítulo de *The long revolution* (2003), em que ele distingue três níveis de cultura: 1) a cultura vivida em um determinado tempo e lugar, que apenas se encontra totalmente acessível para aqueles que vivem ou viveram nesse espaço-tempo; 2) a cultura registrada, desde a arte até os fatos mais cotidianos, isto é, a cultura documentada de um período; e 3) a cultura da tradição seletiva, fator vinculante entre a cultura vivida e os registros da cultura em distintos períodos.

Williams (2003) observa que quando a cultura de um período já não é presente, ou seja, não é mais uma cultura vivida, o passado sobrevive, ainda que de maneira mais restrita, nos documentos deixados por essa e/ou acerca dessa cultura. E, através da cultura registrada, é possível obter uma ideia razoavelmente clara sobre o acervo cultural, os padrões gerais de atividade e os valores de tal período. Contudo, permeando a sobrevivência da cultura de determinado período há seleções (do que constitui acervo, de quais são efetivamente os padrões e valores culturais, por exemplo), que se dão no momento mesmo em que essa cultura é vivida, mas, também, nos próximos períodos, formando, de modo gradual, em continuidades e rupturas que acontecem em cada época subsequente, uma tradição.

É muito importante tratar de entender o funcionamento de uma tradição seletiva. Até certo ponto, a seleção começa dentro do mesmo período; de toda massa de atividades se selecionam certas coisas, se lhes dá valor e ênfase. Em geral esta seleção refletirá a organização do período em seu conjunto, ainda que isto não signifique que mais adiante os valores e ênfases se confirmem. (WILLIAMS, 2003, p. 59).

Um exemplo disso pode ser apontado na consulta a dados documentais em acervos de jornais, pois se à cultura vivida correspondem os acontecimentos que estavam em curso em determinado tempo e lugar; o agendamento do que e de quem é notícia, no momento do registro desses fatos, isto é, quando eles adquirem o estatuto de acontecimentos jornalísticos, já se constituiu em uma primeira seleção; e, finalmente, quando acontece a busca pelos registros dessas fontes, é muito provável ela seja orientada pelos propósitos atuais da

pesquisa que originou a consulta, o que institui a tradição seletiva. De acordo com Williams (2003, p. 59), “teoricamente, um período se documenta; na prática, essa documentação é absorvida por uma tradição seletiva, e ambos são diferentes da cultura vivida”.

Williams (2003, p. 60) assinala ainda que “no interior de uma dada sociedade, a seleção será regida por muitos interesses especiais, incluídos os de classe”. Neste artigo, acrescentamos questões raciais dentre os interesses especiais que determinaram a formação e consolidação da tradição seletiva perceptível na cultura tradicional da sociedade santa-mariense dos anos 1970, que corresponde em grande medida ao sistema de interesses e valores então vigentes, tanto no sentido das distinções entre classes sociais quanto da segregação racial. Isso porque, “a tradição cultural não é somente uma seleção, mas também uma interpretação” (WILLIAMS, 2003, p. 61), e nesse sentido, pensamos a coluna social do jornal *A Razão* não apenas na sua função de veicular os eventos sociais dos clubes da cidade de Santa Maria, mas como um lugar de contínua seleção e interpretação das tradições dessa cultura.

A coluna social do jornal “A Razão” como objeto de uma análise cultural

Fontes de estudo e reflexão desta pesquisa, *A Razão* é o jornal mais antigo da cidade de Santa Maria, fundado em 9 de outubro de 1934. Trata-se de um dos mais tradicionais veículos de comunicação do interior do Rio Grande do Sul, um jornal de inegável relevância sociocultural na comunidade santa-mariense da década de 1970, período que é foco desta análise.

Nessa época, o jornal *A Razão* contava com tiragem diária, exceto às segundas-feiras, sendo possível nele identificar um panorama do funcionamento e da estrutura vigente na sociedade daquele período, especialmente na seção escolhida para análise neste artigo: a coluna social.

Gênero jornalístico informativo, mas contendo também opinião (MELO, 1994), a coluna social trazida para os jornais brasileiros foi inspirada nas gossip columns americanas, cujos temas eram ligados às famílias da alta sociedade, “constituindo-se em relatos de festas, informações fúteis, curiosidades políticas, fofocas sobre milionários, artistas e celebridades” (COIRO-MORAES e FERREIRA, 2011,

p. 109-110). Para Muniz Sodré (2003, p. 1), a coluna social ajudou a construir uma “mitologia pequeno-burguesa”, constituindo-se na “celebração de sinais exteriores de consumo conspícuo”, sinalizando aqueles que tinham poder e oferecendo-lhes visibilidade.

A coluna social do jornal *A Razão*, que inicialmente intitulava-se “Pela Sociedade”, logo depois alterou o seu título para “Coluna”. Pela Sociedade é apresentada supostamente por um homem, não tem assinatura e nesse espaço o jornal coloca-se como “a voz da sociedade, de todos, para todos e para o bem comum”. A Coluna, como o espaço passou a ser chamado a partir de 11 de janeiro de 1966, é um lugar onde as mulheres são “notadas e anotadas” pelo olhar masculino. Sua localização é sempre no canto superior esquerdo do jornal e tem em média entre 5 e 16 breves apontamentos diários, quase sempre na página 3 ou 8. Observamos que o colunista destaca nos textos e imagens as mulheres brancas e com poder aquisitivo da cidade, em sua maioria jovens, sendo que em algumas imagens aparecem mulheres reconhecidas nacionalmente, como a atriz e cantora Norma Bengell, a Miss Brasil “Iedinha” Vargas, as quais são sempre um “modelo” a ser seguido pelas demais no que se refere ao padrão estético: branca, magra, elegante e bem vestida.

Uma das expressões utilizadas com frequência na coluna social do jornal *A Razão*, no ano de 1966, ao referir-se às mulheres da sociedade santa-mariense, principalmente nas semanas que antecediam o grande evento social da cidade, o Carnaval, era que as mulheres, em especial “os brotos em profusão”, “as mancebas”, “as bem lançadas”, “as notadas e anotadas” eram “para encher os olhos” de quem participasse dos festejos. As mulheres eram vistas sob o olhar masculino do desejo, da sexualidade e da objetificação, conforme o cronista descreve neste breve apontamento da coluna social do jornal *A Razão* de 1966: “período momesco para este ano, segundo indica será algo para encher os olhos (o grifo é nossos) e o society da cidade universitária⁵ aguarda com geral expectativa a folia de 66. Bola Branca.” (*A Razão*, p.3, 20 jan.1966).

Importante ressaltar que esse colunista refere-se às mulheres brancas, pois as mulheres negras não apareciam na coluna social, com raras exceções. Mas, sabe-se por meio dos depoimentos das

5 “Cidade universitária” passa a ser um epíteto de Santa Maria, por conta da fundação, em 1960, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), a primeira universidade brasileira instalada numa cidade de interior.

rainhas do Clube Treze de Maio, que o único período em que aos negros era permitido entrar nos clubes brancos era durante o Carnaval, e as personagens principais, fonte de expectativa e desejo desse olhar masculino, branco, heterossexual eram as mulheres negras, pois somente elas e suas cortes podiam, durante as festas de momo, frequentar e desfilar pelos salões dos clubes brancos. Numa irônica sequência que aponta desigualdades de gênero e raciais, as mais lindas negras, escolhidas criteriosamente pelos homens negros, na sociedade branca passavam a ser objeto hipersexualizado, para o deleite e o “consumo” do homem branco. Nesse momento “se igualavam” às mulheres brancas, destinavam-se a “encher os olhos”.

Apresentação e discussão dos dados da entrevista e da pesquisa documental: uma rainha na primeira página do jornal

A entrevista selecionada por este artigo foi concedida por Alcione Flores do Amaral⁶ a Giane Vargas Escobar, em 21 de junho de 2013. Alcione, nascida em junho de 1953, conta que frequentou o Clube Treze de Maio desde os 8 anos e que só parou ao final da década de 1980. “Então, eu sempre digo assim: além do meu pai, da minha mãe, eu tive na minha formação dois pontos muito interessantes e fortes”: um foi a sua formação escolar no Colégio Santana, desde os 5 anos e meio de idade, que ela ressalta que se deu pela ajuda das irmãs católicas à sua mãe, e o outro refere-se à vida social no Treze.

[...] E o outro ponto fortíssimo é onde eu frequentava, que era o 13 de Maio. Então, eu estudava no colégio Santana, mas a minha vida social era toda no 13 de Maio. Então, aqui neste 13 de Maio, eu fui Rainha Infantil do Carnaval. Eu fiz a minha Festa de 15 anos. Eu debutei no 13 de Maio. A festa de 25 anos de casados dos meus pais foi no 13 de Maio. O casamento da minha prima [...] foi no 13 de Maio. Então, tudo era aqui. A minha vitória, e de alguns amigos no vestibular da Universidade Federal de Santa Maria, foi festejada neste clube. Então, o clube contribuiu muitíssimo na minha formação.

Segundo Giacomini (2006, p. 143) a festa, constitui um importante divisor de águas. Momento de sociabilidade por excelência, de encontro do grupo, de fruição dos outros e de si mesmo, que desem-

6 As autoras têm autorização prévia para divulgação dos dados de pesquisa, obtida por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido assinado pela entrevistada.

penha papel central na vida coletiva e na formação dos indivíduos. Assim, era por meio da festa, da aparência cuidadosa e impecável, com luvas, rendas, cetins, brilhos, pérolas, que as mulheres negras se faziam representar no interior do clube, que permaneceu ao longo de quase um século como um local de sociabilidade.

O Treze de Maio foi uma referência para a comunidade negra do Sul do país, que nele se via representada, reconhecendo-o como um lugar que agregava famílias, incentivava namoros, noivados, casamentos, além de apoio aos filhos dos associados para que ingresassem na universidade. Isso atesta uma seleção de ordem social no momento em que aquela cultura era efetivamente vivida, pois este era o clube de uma elite negra, seus fundadores tinham certo poder aquisitivo porque faziam parte dos quadros da empresa pública que foi responsável pelo desenvolvimento da cidade, a ferrovia, além de militares e outros servidores públicos que compunham o quadro de associados da Sociedade Cultural Ferroviária Treze de Maio de Santa Maria. Tal quadro social, aliás, se diferenciava do que frequentava o outro clube, o União Familiar, localizado na periferia da cidade. Ou seja, ainda que oriundos no passado de negros que vieram para o Brasil como escravos depois de sua captura em África, os frequentadores dos dois clubes sociais negros têm posições diferentes na sociedade santa-mariense: “um conjunto de indivíduos ocupando uma posição social parecida na origem, são separados no curso do tempo por diferenças associadas à evolução do volume e da estrutura do seu capital.” (BOURDIEU, 1979, p. 124).

Assim, as mulheres do Treze faziam parte de uma “elite negra” santa-mariense. Mas, ser parte disso, segundo Alcione, exigia o cumprimento de normas de comportamento no interior do clube, o que no nível da cultura vivida daquela sociedade dava conta de valores, condutas e privilégios diferentes entre homens e mulheres.

Eu estava inserida nesse período. Pra mim, todas as coisas eram normais. Eu não lembro assim, de ficar furiosa com o 13 de Maio por causa de algumas normas. Mas nós éramos, os bailes eram com a luz bem clara. Os nossos pais nos acompanhavam nas festas, nos bailes. Já tô falando mais lá na adolescência, né. E havia os diretores de salão. Então, eles verificavam se tu estava tendo um comportamento que eles considerassem impróprio praquela festa. Por exemplo, dançar com rosto colado com um rapaz não podia, era feio. E a gente entrava com os pais, ou com alguém responsável. Ninguém saía da-

qui pra ir ali fora e voltar. Essas coisas não me atingiram, assim. Eu obedecia, não tinha problema. A minha mãe estava sempre de olho, vendo com quem que eu dançava, como é que eu dançava...

Assim, esse “feminino desejável” se formava através do processo de socialização dos papéis de gênero, que se dava no âmbito da família primeiramente, mas tinha no clube a ambiência para a cristalização de tradições seletivas que associavam papéis sociais a cada um dos sexos, determinando as diferenças no comportamento de homens e de mulheres (AMÂNCIO, 1994).

Sobre sua história no clube, Alcione conta que em 1961 foi convidada por uma amiga para ir a um baile infantil de pré-Carnaval no Treze, sendo coroada Rainha e estabelecendo assim sua primeira ligação com o clube. Aos 15 anos, realizou seu baile de debutantes no Treze de Maio e, no ano seguinte, em 1969, foi coroada Rainha do Carnaval adulto do Clube. Representou o Clube como Rainha do Carnaval do Treze no concurso de Rainha do Centro de Santa Maria, no qual conquistou o título de Primeira Princesa do Centro, em 1970. Já no concurso de fantasias, logrou o primeiro lugar em originalidade com a fantasia Deusa de Watusi⁷ (primeiro lugar em originalidade no concurso de fantasias da cidade de Santa Maria, em 1970).

Alcione possuía registro fotográfico dos festejos citados em sua entrevista, sendo que este material foi cedido por ela ao acervo do Museu Comunitário Treze de Maio. Ao ser questionada por que resolveu doar as fotos, a resposta veio rapidamente: “Primeiro por que o Treze faz parte da minha vida, sou solteira e não tenho filhos, então essas coisas vão se perder no momento que eu não estiver mais aqui. Toda documentação e as fotos que tenho vou doar para o Museu” Assim, é possível verificar, abaixo: Figura 1: coroação como Rainha do Carnaval Infantil, em 1961; Figura 2: fotografia da festa de comemoração da aprovação dos associados do Clube Treze de Maio no Vestibular da Universidade Federal de Santa Maria, em 1972 (Alcione é a primeira moça de vestido estampado); Figura 3: fotografia do casamento da prima festejado no clube; Figura 4: Fantasia Deusa de Watusi.

7 Watusi é o povo que invadiu áreas dos atuais Burundi e Ruanda (África), dominando os hútus ali residentes. Também tem o significado de mulher-bicha poderosa. Dicionário InFormal. Disponível em <http://www.dicionarioinformal.com.br/watusi/>. Acesso em 10 ago.2015.



Figura 1 – Rainha do Carnaval Infantil (Alcione é a quarta menina da esquerda para a direita, a única com calça comprida)
Fonte: Acervo Fotográfico Museu Treze de Maio



Figuras 2 e 3 – Fotografias da comemoração do vestibular (esquerda) e do casamento da prima no Treze (direita)
Fonte: Acervo Fotográfico Museu Treze de Maio



Figura 4 - Fantasia Deusa de Watusi
 Fonte: Acervo Fotográfico Museu
 Treze de Maio

Já no acervo do jornal *A Razão*, colhemos as imagens representadas pela Figura 5 e pela Figura 6. A Figura 5 documenta a visita de Alcione à redação do jornal *A Razão*, em 6 de fevereiro de 1970. O jornal não divulgou o concurso interno do Clube Treze de Maio, quando Alcione foi eleita Rainha do Carnaval do clube, noticiou apenas o evento maior que era o Carnaval da cidade e ida das concorrentes até o jornal para divulgar os seus clubes e os presidentes, as suas rainhas. Numa tradição seletiva linguística, que supõe ofensiva a qualificação “negra”, a coluna social do jornal descreve eufemisticamente: “uma linda morena que se apresenta como candidata ao título” (grifo nosso). Trata-se de uma tradição seletiva em que “o valor da branquitude se impõe em discursos que aparentemente não falam de identidades raciais ou valorizam identidade negras” (SOVIK, 2009, p. 40). A autora explica que esses sinais aparecem em discursos banais, do senso comum, que reafirmam o privilégio branco, falando de forma afetiva algo que demarca a desigualdade.

Na Figura 6, na primeira fotografia à esquerda, Alcione é a terceira moça. Ela foi Rainha do Carnaval do Clube Treze de Maio e 1ª Princesa do Carnaval de Santa Maria em 1970, com 16 anos. Ao centro, a Rainha do Carnaval de Santa Maria naquele ano, uma moça branca e loura, o que atesta que no nível da cultura registrada o valor da branquitude vivido naquele momento na sociedade santa-mariense. Para Sovik (2009) o que está naturalizado por uma inércia secular é a supervalorização do branco, o que é um fenômeno mundial, com particular vigência em lugares que foram colonizados por europeus que implantaram a escravidão. Neste caso, a sociedade brasileira é campo fértil para a valoração da branquitude, a perpetuação do racismo e um imaginário que constitui hierarquias raciais.



Figura 5 – Alcione visita a Razão

Fonte: Arquivo jornal A Razão/Coluna Social de 06.02.1970.



Figura 6 - Capa do Jornal A Razão: “Soberanas do Carnaval”

Fonte: Arquivo jornal A Razão, 12.02.1970.

Sinalizando a importância do Carnaval como festa nacional, uma das tradições seletivas que se pode elencar na cobertura de A Razão aos festejos de 1970 acontece no próprio momento em que define a noticiabilidade do acontecimento, pois a coluna social se desloca para a primeira página do jornal. Ali, enquanto o texto aponta que a rainha eleita é “graciosa e meiga”, a manchete indica outra tradição seletiva daquela cultura, quando informa na que Aloida Janner foi a Rainha do Carnaval de 1970, representando o Centro da cidade, enquanto a senhorita Norma Santana foi a Rainha dos bairros. Alcione foi a 1ª Princesa do Carnaval de Santa Maria, pelo Centro, já que naquela época havia a segregação também entre os “clubes do centro” e os clubes dos bairros (certamente os mais simples e mais pobres). O Treze figurava entre os “Clubes do Centro”, então o clube negro tinha certa posição privilegiada neste sentido, embora esse fosse um poder limitado e com fronteiras. Como se o recado do júri, formado por agora por homens brancos (um vereador, um capitão e o Secretário Municipal de Administração), fosse este: “Vocês até podem estar no Centro, mas será mantida a tradição de que a rainha sempre será a moça branca!”

Para Gonzalez (1998, p. 39), o Carnaval brasileiro possui, na sua especificidade, o “aspecto de subversão, de ultrapassagem de limites permitidos pelo discurso dominante, pela ordem da consciência”. Essa subversão, no Carnaval carioca, que é examinado pela autora, traz “a exaltação mítica da mulata nesse entre parênteses que é o carnaval”.

[...] E é justamente no momento do rito carnavalesco que o mito [da democracia racial] é atualizado com toda a sua força simbólica. E é nesse instante que a mulher negra transforma-se única e exclusivamente na rainha, na “mulata deusa do meu samba”, “que passa com graça/fazendo pirraça/fingindo inocente/tirando o sossego da gente”. É nos desfiles das escolas de primeiro grupo que a vemos em sua máxima exaltação. Ali, ela perde seu anonimato e se transfigura na Cinderela do asfalto, adorada, desejada, devorada pelo olhar dos príncipes altos e loiros, vindos de terras distantes só para vê-la. (GONZALEZ, 1998, p. 228).

Em Santa Maria, contudo, o processo seletivo fundado nos aspectos residuais de uma sociedade segregacionista aponta para a mulher negra não o posto de Rainha do Carnaval, que ela só pode conquistar entre os seus, mas um principado. Por outro lado, Aloida, Norma e Alcione, antes ainda das representações que apontam para

tradições seletivas que marcam quem é do Centro, quem vem dos bairros, quem é branca e quem é negra, compartilham uma identidade que vem de um processo de mitificação apontado por Simone de Beauvoir:

A mulher é a Bela Adormecida no bosque, Cinderela, Branca de Neve, a que recebe e suporta. Nas canções, nos contos, vê-se o jovem partir aventurosamente em busca da mulher; ele mata dragões, luta contra gigantes; ela acha-se encerrada em uma torre, um palácio, um jardim, uma caverna, acorrentada a um rochedo, cativa, adormecida: ela espera. Um dia meu príncipe virá... *Some day he'll come along, the man I love...* Os refrãos populares insuflam-lhe sonhos de paciência e esperança. A suprema necessidade para a mulher é seduzir um coração masculino; mesmo intrépidas, aventureiras, é a recompensa a que todas as heroínas aspiram; e o mais das vezes não lhes é pedida outra virtude senão a beleza. Compreende-se que a preocupação da aparência física possa tornar-se para a menina uma verdadeira obsessão; princesas ou pastoras, é preciso sempre ser bonita para conquistar o amor e a felicidade [...]. (BEAUVOIR, 1967, p. 33).

No Clube Treze de Maio, a tradição seletiva dos associados levava a construções identitárias “marcadas pela diferença”, pois não era “qualquer negro” que podia frequentar o clube, assim como não era permitido o ingresso de brancos em seu espaço. Segundo Woodward (2000), a identidade é relacional e marcada por meio de símbolos. Existe uma associação entre a identidade da pessoa e as coisas que uma pessoa usa. Assim, a construção da identidade é tanto simbólica quanto social.

Em relação às mulheres negras, a tradição seletiva se forma no plano da moral, pois não era “qualquer mulher negra” que poderia frequentar o Clube Treze de Maio. Além das relações de poder legitimadas pelo crivo do homem negro, isto é, os dirigentes (sempre homens) que definiam quem podia ou não permanecer dentro do clube, elas precisavam também passar pelo “olhar” das mulheres bem casadas ou moças “que não se perderam” para poder ali frequentar. Ou seja, o clube não admitia em seus quadros mulheres separadas, viúvas, mães solteiras ou aquelas viviam junto aos seus companheiros, fora do casamento.

[...] Agora, mães solteiras, mulheres separadas. É uma coisa da época, não é uma coisa do Treze de Maio. É uma coisa da sociedade em geral. O mesmo acontecia no Caixeral, no Comercial. Eu tenho hoje uma certa culpa com relação a algumas amigas minhas, que tiveram

filhos naquela época, fora do casamento, e que a minha família dizia: olha, a partir de agora, eu acho bom que tu não ande com a fulana. Eu acho isso horrível hoje, mas fazia parte, né? Tu não escolhe a data que tu vive. Entende? Eu vivi aquela época. E naquela época não podia. Hoje, eu tenho tipo uma dívida com essas amigas, que tiveram essa, não sei, infelicidade, não sei o que é. E essas coisas, diziam assim: “a moça se perdeu”. Entende? Quando ela tinha relacionamento sexual, antes do casamento. Mas, ao mesmo tempo em que eu me sinto desconfortável com isso, eu entendo que era a época.

Na fala da entrevistada, é possível reconhecer mais uma tradição seletiva, pois ela atribui ao *Zeitgeist* a discriminação às mulheres cujo comportamento não se alinhasse a regras e padrões que atestam profundas desigualdades de gênero perpetradas tanto no clube social negro quanto na sociedade branca. Ela apela à índole do tempo para explicar desigualdades que vinham sendo combatidas, especialmente a partir do final dos anos 1960, por movimentos que reivindicavam os direitos civis das mulheres e dos negros. Ainda que tais movimentos de reivindicações cidadãs tenham tido maior visibilidade nos Estados Unidos, visando a abolir a discriminação e a segregação racial e reconhecer igualdade de gênero naquele país, são inegáveis as repercussões que tiveram no mundo inteiro, inclusive no Brasil, onde um movimento feminista contava, por exemplo, com expoentes na mídia como Heloneida Studart (Revista Manchete) e Carmen da Silva (Revista Cláudia).

As rainhas e princesas do Treze foram detentoras de notoriedade, distinção e intensa visibilidade no interior daquele reduto de sociabilidade negra, entre seus pares. Entretanto, ainda que o Clube promovesse inúmeras atividades importantes para a comunidade negra, empoderando seus agentes e visibilizando as mulheres negras no interior daquela agremiação, este fato não ganhou notoriedade na imprensa santa-mariense, que tinha como principal veículo para as notícias dos naquele período a coluna social do jornal *A Razão* e como padrão dominante de representação na sociedade, a valorização da branquitude. E este valor não é equivalente ideológico ou contrapartida da negritude, para Sovik “o valor da branquitude se realiza na desvalorização do ser negro e ela continua sendo uma medida silenciosa dos quase brancos, como dos negros”. (SOVIK, 2009, p. 55).

Por outro lado, na mídia santa-mariense as mulheres negras do Clube Treze de Maio não eram habitualmente reconhecidas como

detentoras de beleza (Alcione foi a única Princesa do Carnaval da cidade oriunda do clube social negro) e a coluna social do jornal *A Razão* minimizou a beleza daquelas mulheres negras, invisibilizando-as pelo não dito, mas por aquilo que silenciava, ou pelo que “mostrava”, entretanto com lugares definidos e com hora marcada para terminar.

Considerações finais

Nesta breve análise foi possível apontar vários níveis de seleção que formam, afinal, uma tradição em relação às mulheres negras. Na cultura vivida dos anos 1970, uma seleção de cunho social já se dava através de quem podia se associar ao Clube Treze de Maio, pois se tratava de uma “elite negra” que excluía os negros da periferia. Apon-tamos, ainda, uma seleção de um “feminino desejável”, que operava de acordo com padrões morais que segregavam as “mulheres perdidas”. No certame de beleza, promovido com o apoio de autoridades municipais, uma tradição seletiva indicava as diferenças entre moças do Centro da cidade e dos bairros e entre moças brancas e negras (cada qual em clube próprio) e a mística da “rainha”, da “princesa” selecionava ainda outra tradição: a do valor da branquitude mesmo num momento em que se “incluía” a mulher negra (desde que não fosse como a protagonista da festa, a “rainha”).

Na cultura documentada, assinalamos a seleção nos próprios critérios de noticiabilidade do Carnaval, que chegou a levar a coluna social para a primeira página do jornal *A Razão*. Também salientamos a tradição seletiva linguística já na manchete, que repetia a divisão de classe do certame (Aloída do Centro, Norma dos bairros) e no texto, que reiterava as qualidades femininas desejáveis (“graciosa e meiga”). Dessa forma, em camadas de seleções se formaram tradições de desigualdade de gênero e segregação racial e de classe.

Referências

AMÂNCIO, Lígia. As assimetrias nas representações do gênero. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, v. 34, p. 9-22, 1994.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo Sexo** – Livro 1: Fatos e Mitos. 4ª Edição. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1970.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2007 [1979].

CABRAL, Muniz Sodré de Araújo. **Colunismo Social**. Gente boa e gente fina. Observatório da Imprensa, São Paulo, 26 ago.2003. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/fd260820031.htm>>. Acesso em: 6 ago. 2015.

CARNEIRO, Sueli. **Racismo, Sexismo e Desigualdade no Brasil**. São Paulo: Selo Negro, 2011.

COIRO-MORAES, Ana Luiza. A análise cultural. **Anais do XXIV Encontro Nacional da Compós**. Disponível em http://www.compos.org.br/biblioteca/compos-2015-4df33669-bb03-4c83-92ab-62fbe023bb30_2825.pdf. Acesso em: 10 ago.2015.

_____. Epistemologia dos estudos culturais: Da dialética ao materialismo cultural. **Anais do XX Encontro Nacional da Compós**, Porto Alegre: 2011. Disponível em <http://www.compos.org.br/biblioteca.php>. Acesso em 28 jul.2015.

COIRO-MORAES, Ana Luiza e FERREIRA, Jucineide T. da Silva. Visibilidade negra na coluna social do jornal A palavra: estruturas de sentimento dominantes, residuais e emergentes. **Revista EPTIC**, Universidade Federal de Sergipe, v. 15, n. 3 (2013). Disponível em <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/1359>. Acesso em 27 jul.2015.

GIACOMINI, Sonia Maria. **A alma da festa: família, etnicidade e projetos num clube social da Zona Norte do Rio de Janeiro – o Renascença Clube**. Belo Horizonte: Editora UFMG. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed.São Paulo: Atlas, 2008.

GONZALEZ, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. **Revista Ciências Sociais Hoje**, Anpocs, 1998, p. 223-244. Disponível em http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/247561/mod_resource/content/1/RACISMO%20E%20SEXISMO%20NA%20CULTURA%20BRASILEIRA.pdf. Acesso em: 12 jul.2015.

LAKATOS, Eva Maria e MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 2003.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1994.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. In: BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SOVIK, Liv. **Aqui ninguém é branco**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2009.

WILLIAMS, Raymond. **La Larga revolución**. Tradução de Horacio Pons (Cultura y Sociedad). 1ª Ed. – Buenos Aires: Nueva Visión, 2003.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In SILVA, Tomás Tadeu da. (org.) **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 7-72.

2 PERCEPÇÕES E REPRESENTAÇÕES DE MULHERES "MADURAS": UMA AUTOIMAGEM¹

Denise Castilhos de Araujo

Carmen L. S. Rial

Daniela M. Quevedo

Daniel G. Keller

Introdução

Este artigo² tem por objetivo discutir e analisar a autoimagem elaborada por mulheres na faixa etária entre 45 e 64 anos, nesta pesquisa nomeadas como maduras, mas consideradas, também, como na meia-idade pelos Descritores da Saúde (DeCS). De acordo com esses descritores, “Uma pessoa que atingiu crescimento total ou maturidade. Adultos vão dos 19 até 44 anos de idade” e “meia-idade”, como idade entre “45-64”. Outra classificação, baseada na cronologia, é aquela apresentada pela Organização Mundial da Saúde (OMS), a qual considera na meia-idade pessoas com 45 a 59 anos. Nesse artigo, optou-se por utilizar, somente, a palavra madura para se tratar das mulheres na faixa etária já mencionada.

1 Trabalho apresentado no GT Comunicação e Cultura, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

2 Este texto discute parte dos resultados obtidos em um projeto de pesquisa realizado desde 2012 pelos pesquisadores e com apoio financeiro do CNPq.

A realização dessa pesquisa justifica-se pela intensa presença de representações femininas na sociedade, de um modo geral, e tais perfis podem ser responsáveis pela elaboração de imagens e autoimagens, pela geração de expectativas, pela reprodução de comportamentos, por uma busca de determinados ideais, bem como pela ocorrência de alguns descontentamentos pessoais, diante da impossibilidade de, muitas vezes, o indivíduo corresponder às imagens apontadas pela mídia, por exemplo.

A presente reflexão se baseia na seguinte problemática: qual a percepção da mulher madura de camadas médias, a respeito da sua autoimagem? Pretende-se a obtenção das respostas a partir da realização de pesquisa exploratória e de entrevistas individuais, utilizando-se, para tanto, o Método de Configuração de Imagem (SCHULLER, 2005) e (DE TONI, 2010).

Gênero feminino

Sabe-se que desde a década de 1970 os estudos acerca das mulheres tem se mostrado constantes nas academias, indicando, com isso, que durante muito tempo as mulheres estiveram à margem da História, pois suas histórias não eram ouvidas e, tampouco, registradas oficialmente (DEL PRIORE, 2009).

Entretanto, de acordo com Matos (2000), essa situação de invisibilidade da mulher como sujeito social, tem sofrido transformações, pois muitos pesquisadores voltam seus esforços para a construção desse campo de conhecimento. O que revela “novos perfis femininos, outras histórias foram contadas e outras falas recuperadas” (MATOS, 2000, p. 7).

Nas últimas décadas, muitos trabalhos têm sido desenvolvidos, considerando-se a temática gênero feminino, e as relações estabelecidas por esses indivíduos. E, para Matos (2000, p. 12) “o tema adquiriu notoriedade e abriu novos espaços”. De acordo com a autora, os trabalhos elaborados no Século XX, considerando-se, por exemplo, a década de 1970, privilegiaram questões como o trabalho feminino, principalmente o fabril. Na década de 1980 observou-se, ainda, a temática do trabalho, o cotidiano fabril, as lutas e as greves femininas, procurou-se, também, reconstruir a estrutura ocupacional feminina no ambiente urbano e sua inserção no espaço público, lugar em que as atividades femininas adquirem importância. Nesse mesmo período, viu-se estudos sobre o papel ocupado pela mulher

na família, no casamento, bem como suas relações com a maternidade e a sexualidade.

Na década de 1990, além dos temas já mencionados, observou-se, também, a preocupação com as relações de gênero e etnia, de acordo com Costa (1994). Nos anos 2000 houve grande produção de estudos a respeito do corpo feminino e suas representações nos veículos de comunicação. Entretanto o que chamou a atenção nessa retomada das temáticas desenvolvidas foi a ausência de estudos referentes à imagem/autoimagem das mulheres mais velhas, mas que não se enquadram, ainda, como idosas, ou seja, as mulheres maduras. Há, por exemplo, alguns textos que discutem a saúde e atividades físicas desse grupo de indivíduos (homens e mulheres na meia idade), principalmente pela Educação Física³. Por outro lado, percebe-se, também, uma carência no que diz respeito a outras áreas de estudo, como a Comunicação, por exemplo. Em virtude dessa lacuna, optou-se por discutir com essas mulheres o que elas consideram ser uma mulher madura.

Representações da mulher madura e sua autoimagem

Muitas representações acerca da categoria de mulheres tem-se debatido, e podem ser vistas em variados textos midiáticos, e mesmo nas opiniões dos grupos sociais. De acordo com Jodelet (2001), as “representações sociais circulam nos discursos, são trazidas pelas palavras e veiculadas em mensagens e imagens midiáticas, cristalizadas em condutas [...]”. (JODELET, 2001, p. 18).

A autora afirma que as representações são criações sociais que auxiliam os indivíduos a reconhecerem comportamentos mais adequados para um momento ou outro; a identificarem e solucionarem certos problemas. Ou seja, as representações servem como guias para reconhecer situações do cotidiano, interpretá-las e solucioná-las.

Jodelet (2001) apresenta como uma das principais características da representação social o fato de ser uma forma elaborada e partilhada socialmente, que contribui para a construção de uma realidade para

3 DUARTE, Claudia P.; SANTOS, Cristiane L.; GONÇALVES, Andréa K. A concepção de pessoas de meia-idade sobre saúde, envelhecimento e atividade física como motivação para comportamentos ativos. Rev. Bras. Cienc. Esporte, Campinas, v.23, n.3. ANTUNES, Priscilla C.; SILVA, Ana <. A produção científica brasileira e a problematização acerca da meia-idade: um estudo a partir de periódicos de Educação Física. Rev. Estudos Interdisciplinares sobre Envelhecimento. Porto Alegre, v.19, n.1. ANTUNES, Priscilla C.; SILVA, Ana. Elementos sobre a concepção de meia-idade, no processo de envelhecimento humano. Revista Kairós Gerontologia, 16 (5), São Paulo, Brasil.

um conjunto social. Ela ainda afirma que elas (representações sociais) podem ser consideradas como “sistemas de interpretação que regem nossa relação com o mundo e com os outros – orientam e organizam as condutas e as comunicações sociais” (JODELET, 2001, p. 22).

Então, podemos deduzir que os indivíduos e os grupos elaboram certas imagens a respeito de outros indivíduos e grupos, a partir de conhecimentos e de interpretações das realidades divulgadas socialmente. Nesse estudo, especificamente, pensa-se nos textos midiáticos (mesmo que não se trabalhe com eles diretamente neste estudo em específico⁴), como espaços reveladores dessas representações, e instrumentos de circulação desses fenômenos. E, ainda de acordo com Jodelet (2001, p. 30), a comunicação social tem papel importante no que diz respeito às “condições de possibilidade e de determinações das representações e do pensamento sociais”.

A partir dessas representações é que ocorrerão as interpretações sobre as realidades, com o intuito de fixarem suas posições em relação a situações, eventos, objetos e comunicações (SÊGA, 2000). O mesmo autor revela que “a representação é sempre a atribuição da posição que as pessoas ocupam na sociedade” (SÊGA, 2000, p.129).

Veem-se, também, dois aspectos importantes no conceito de representação social de Jodelet (2001): um figurativo e um simbólico. Ou seja, observamos uma imagem, e ela é carregada de significados, os quais são atribuídos pelos próprios indivíduos e seus grupos.

Outro elemento da representação social é a ancoragem, que se trata “integração cognitiva do objeto representado no sistema de pensamento preexistente e às transformações decorrentes” (SÊGA, 2000). Assim, o indivíduo passa a interpretar a realidade, e classificar indivíduos e eventos, considerando-a como um instrumento referencial.

Ao passo que os indivíduos vão partilhando determinadas representações sociais, vão, ao mesmo tempo, estabelecendo vínculos sociais uns com os outros, validando as representações, que serão utilizadas para/na “ação sobre o mundo e os outros” (JODELET, 2001, P.39)

É interessante observar como uma determinada categoria de mulheres se vê representada na sociedade, e se auto representa ao mesmo tempo; grupo esse ainda não muito definido conceitualmente pelos autores que tratam a respeito do envelhecimento.

4 Consultar os seguintes textos: ARAUJO, Denise C.; BONADIO, Maria Claudia. De leitora para leitora: o espaço da mulher madura em Marie Claire. Revista Estudos Interdisciplinares sobre Envelhecimento. (no prelo). ARAUJO, Denise C.; JUNIOR KUHN, Norberto. Representações da maturidade feminina em capas de Claudia. Em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/neguem/article/view/27956>

Para esta pesquisa, optou-se por uma faixa etária aqui nomeada de “maturidade”, o que Goldani (1999) sugere como a “Idade da Sabedoria”, melhor dizendo, mulheres que se encontram entre os 45 e os 65 anos. E, de acordo com dicionários, maturidade é aquele período da vida compreendido entre a juventude e a velhice, ou seja, um longo espaço e tempo, no qual os indivíduos podem realizar uma infinidade de coisas, pois se trata, de, ao menos 20, 30 anos.

Contudo, a respeito dessa faixa etária pouco se tem discutido, uma vez que é possível identificar muitos trabalhos científicos que discutem a presença dos jovens nos espaços sociais, e, também, vários outros discutindo questões relacionadas aos velhos.

Para a identificação desse grupo específico o qual se deseja estudar, buscou-se a definição etária dessa categoria, e, de acordo com os Descritos da Saúde (DeCs), como já mencionado anteriormente. Nesta pesquisa, optou-se pelo termo maturidade para referir-se a esses mesmos indivíduos.

De acordo com Antunes; Silva (2013) “Estudar a meia-idade, nesse sentido, implica em questionar antigas certezas que afirmam esse momento da vida como uma idade sem problemas, marcada pela estabilidade familiar, profissional e financeira, a partir de um conceito estático e linear”. (ANTUNES; SILVA, 2013, p.126). Desse modo, é possível perceber que há a necessidade de questionamentos e problematizações em relação à definição dessa categoria, pois não se pode generalizar, afirmando que esta seja uma faixa etária com características similares para todos os indivíduos.

O que é possível observar é a presença de mulheres e homens maduros muito intensa na sociedade, em várias espaços, como os de trabalho, de lazer, de estudo, enfim, são indivíduos extremamente ativos que estão estabelecidos na vida social de uma forma constante.

A presença de indivíduos maduros é claramente perceptível já há alguns censos, os quais revelam que a população nacional está envelhecendo. E, diante desse envelhecimento, imagens de pessoas mais velhos, começam a suscitar reflexões acerca de suas presenças em variados espaços sociais.

Essa reflexão torna-se, de certo modo inédita, pelo fato de que pouco tem se estudado a respeito da imagem que as mulheres maduras elaboram de si mesmas, ou seja, pouco espaço tem sido disponibilizado para que essas mulheres possam expressarem-se a respeito

de si mesmas, e de como se percebem ou se representam na sociedade. Fato curioso, pois as faixas etárias anterior, a juventude e a posterior, a velhice, têm sido temática de muitos estudos.

Autoimagem da mulher madura: questionamentos e reflexões

Com o propósito de identificar, refletir e analisar as percepções das mulheres maduras em relação ao envelhecimento e a si mesmas, utilizou-se a metodologia chamada MCI- Método de Configuração de Imagem, desenvolvida por Schuler (2005), que possibilitou verificar as representações desse grupo de mulheres, as maduras. Tal método sugere que se faça, inicialmente, uma pesquisa exploratória, com o intuito de identificar as percepções que os indivíduos têm em relação a determinadas empresas, objetos ou marcas (SCHULER, 2005).

A utilização deste método permite ao pesquisador elaborar um levantamento detalhado dos atributos mencionados ao objeto estudado, relacionando esses atributos a partir da soma de ordem e frequência das citações. Diante das respostas, pode-se estabelecer, a partir do valor total, zonas periféricas que permitem elaborar um mapa de configuração, analisando os atributos mais e menos relacionados à imagem central.

É importante que se mencione que há vários trabalhos utilizando esta metodologia, com o intuito de identificar a imagem que determinados produtos ou organizações geram na mente dos indivíduos/consumidores. Este artigo, por sua vez, apropria-se dessa metodologia para identificar a imagem que o próprio indivíduo constrói dele mesmo. Ainda que inicialmente sejam sugeridas dimensões como física, emocional, mental, afetiva, expressiva, visionária e integradora⁵ por Schuler (2005) e De Toni (2010). Para esta pesquisa, optou-se pela adaptação das dimensões utilizadas nos autores citados, a fim de que contemplassem, efetivamente, as questões da pesquisa, entretanto é possível verificar que ainda manteve-se certa aproximação com a definição das dimensões dadas pelos autores citados.

Diante das questões formuladas, identificaram-se as dimensões: funcional, cognitiva, emocional, sensorial e simbólica. Pela

5 Essas dimensões são tratadas de maneira aprofundada em Schuler, M. Excelência humana nas comunicações organizacionais. In: Estudo- revista semestral do curso de Jornalismo e relações públicas da universidade Metodista de São Paulo, s/d. <http://www2.metodista.br/agenciarp/mariaschuler.pdf>, acesso em 10.12.2014.

dimensão funcional, compreende-se aqueles aspectos no comportamento das respondentes que podem suscitar um fim prático, uma finalidade para si ou outros. A dimensão cognitiva tem relação com os conhecimentos que o indivíduo estabelece, relacionando, também, com as informações elaboradas ou decodificadas, a partir de um determinado momento. A dimensão emocional dá conta dos interesses, dos humores, dos afetos dos indivíduos, ou seja, dos sentimentos e das emoções como entusiasmo, medo, alegria, inveja, entre outros (DE TONI et al, 2010). A dimensão sensorial estabelece a aproximação com as sensações e os sentidos físicos percebidos pelo entrevistado. E, por dimensão simbólica pode-se compreender o processo da representação dos pensamentos em signos, a partir dos quais se pode estabelecer a interpretação do mundo, considerando-se para tanto, os valores que o próprio indivíduo dá a essas signos.

A utilização desta metodologia proporcionou a geração de um mapa de auto imagem, a partir de entrevistas semi-estruturadas, realizadas com o público selecionado, ou seja, 10 mulheres, na faixa etária dos 45 aos 65 anos. O quadro 1 apresenta as dimensões e as questões abordadas na pesquisa, questões estas que apresentavam a oportunidade das mulheres responderem de forma livre.

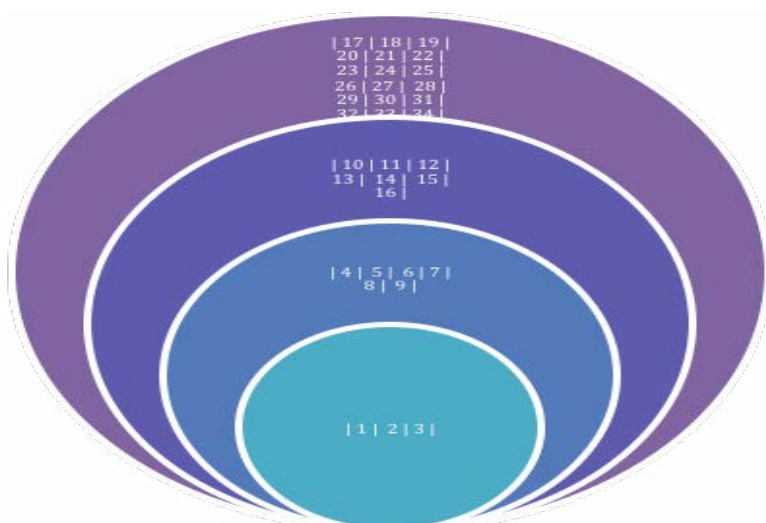
DIMENSÕES DA IMAGEM	QUESTÕES
Funcional, cognitiva, emocional, sensorial e simbólica	1. Quando você pensa EM SI MESMA qual a primeira coisa que lhe vem à mente? 2. Que outras ideias lhe vêm à mente sobre VOCÊ MESMA?
Cognitiva	3. Como você SE descreve?
Sensorial	4. Quais sensações ESTARIAM ASSOCIADAS a você? (Pensando nos 5 sentidos)
Simbólica	5. Qual o significado que VOCÊ PENSA QUE VOCÊ TEM PARA OS OUTROS? (O que você representa para os outros)
Emocional	6. Quais os sentimentos que lhe vêm à mente quando VOCÊ PENSA EM SI MESMA?
Funcional	7. Quais os benefícios QUE VOCÊ TRAZ PARA OUTRAS PESSOAS? (O que você agrega para aqueles com os quais você convive)

Quadro 1: Entrevista estruturada para a configuração da autoimagem
Fonte: Adaptado de SCHÜLLER (2005)

A autoimagem da mulher madura: reflexões

Para compor o mapa de configuração de imagem da mulher madura, levou-se em consideração a ordem e a frequência das informações, que somadas estipulam o intervalo a ser estudado (VT). Neste caso, o maior valor foi 18, estando relacionado à “Estar bem consigo mesma”. Este valor foi dividido por quatro, formando os quartis da identidade, conforme demonstrado na Figura 1 e Tabela 1.

Mapa de autoimagem - Mulheres de 45 a 65 anos



	Atributo	VT	Autoimagem
1	Estou bem comigo mesma	18	AUTOIMAGEM CENTRAL
2	Sou proativa	17	
3	Preciso emagrecer	16	
4	Não me preocupo mais com o que os outros pensam de mim	14	PRIMEIRA PERIFERIA DA AUTOIMAGEM
5	Foco na família	11	
6	Foco no trabalho	11	
7	Sou batalhadora/Persistente	11	
8	Tenho coisas a melhorar/conquistar	11	
9	Sou articulada/comunicativa	10	

10	Sou realizada	10	SEGUNDA PERIFERIA DA AUTOIMAGEM
11	Sou impaciente	9	
12	Já enfrentei problemas	8	
13	Sou feliz	7	
14	Estou ficando velha	6	
15	Estou recomeçando	6	
16	Sou vencedora	6	
17	Faço várias coisas ao mesmo tempo	5	PERIFERIA DA AUTOIMAGEM
18	Penso rápido	5	
19	Sou apaixonada	5	
20	Sou intolerante	5	
21	Sou resiliente	5	
22	Tenho amigos	5	
23	Leio muito	4	
24	Sou amiga	4	
25	Sou decidida	4	
26	Sou simples	4	
27	Sou sincera	4	
28	Sou carinhosa	3	
29	Sou inteligente	3	
30	Tenho um bom networking	3	
31	Sou dedicada	2	
32	Sou extrovertida	2	
33	Tenho arrependimentos	2	
34	Tenho fé	2	

Fonte: Elaborado pelos autores

Foi possível identificar que a mulher Madura evidencia sua identidade baseada, principalmente, em atributos emocionais e simbólicos, uma vez que atingem a maior pontuação, de acordo com a figura 1, identificando a imagem central da mulher pesquisada.

Essa mulher, classificada neste trabalho como madura, identifica-se, inicialmente, como alguém que está bem consigo mesma, para em seguida, asseverar que necessita mudar algo, no seu aspecto físico, ou seja, precisa perder peso. Pode-se cogitar que ela esteja se sentindo bem emocionalmente, mas que, fisicamente, sinta certa pressão para atingir uma representação imagética de um corpo reiterado pelos discursos que circulam na sociedade, na forma de anúncios publicitários, revistas femininas, entre outros, que trazem mulheres

que se identificam como maduras, pois revelam suas idades, mas que se aproximam muito mais dos corpos de mulheres jovens, pois sem rugas ou marcas de expressão, esguias, com músculos tonificados.

Essa contradição (entre o real e o midiático) poderia revelar a própria situação de antagonismo dessa classe de mulheres, que não são mais jovens, mas que têm, e sabem disso, outros benefícios adquiridos com a vivência, com as experiências de suas vidas, e que podem ser consideradas muito mais valiosas que um corpo aparentemente jovem. Por outro lado, é na representação social, que elas constroem, em parte, suas próprias autoimagens de mulheres maduras (JODELET, 2001). Ou seja, a imagem presente na sociedade talvez estimule esse grupo de mulheres a buscarem certa aproximação com aquelas mulheres midiaticizadas, gerando identificação ou frustração.

Outro aspecto evidenciado na primeira periferia desse mapa é o fato de essas mulheres se considerarem proativas, indicando que elas continuam trabalhando, realizando tarefas em casa, sendo importantes para seus familiares e amigos, enfim, para a sociedade. É muito relevante essa percepção, pois o número de idosos no Brasil, e no mundo, vem crescendo a cada ano, gerando uma expectativa de vida cada vez maior. E essas mulheres se sentem parte da sociedade, pois indicam que se mantêm articuladas, ou seja, que estão envolvidas em grupos sociais. Outro aspecto interessante verificado é que esses indivíduos sabem que podem mudar certas questões que os rodeiam, por serem batalhadoras e persistentes, e indicarem que, ainda, têm conquistas a serem feitas, o que corrobora com a ideia de que os brasileiros estão vivendo mais, e que essas mulheres identificam essa possibilidade, qual seja, uma vida mais longa. Verifica-se, claramente, que as entrevistadas mostram-se como seres sociais, os quais têm consciência de seus papéis naqueles grupos dos quais façam parte e indicam que podem, se quiserem, alterar certas realidades.

Na segunda periferia, observa-se que a imagem que as mulheres fazem de si mesmas têm relação com a dimensão emocional, pois são reveladas algumas emoções que permeiam as respostas dessas mulheres. Por exemplo, são indivíduos que se sentem em determinados momentos impacientes, em outros, felizes, então, cogita-se a possibilidade de afirmar que são seres com consciência das alterações de seus humores, indicando, nesse momento, conhecimento sobre si mesmas. Esse aspecto pode revelar, também, a própria maturidade dessas mulheres, as quais identificam em si mesmas certas dicotomias, ou mes-

mo mudanças, situação essa, mais comum no adulto por seu próprio autoconhecimento e experiência consigo e com os outros.

Ainda se percebem aproximações das respostas com outras dimensões, como a funcional, que indica que essas mulheres realizaram ações que, de certa forma, tornaram-nas satisfeitas com essas atitudes, pois reverteram em algo para si ou para os seus. E, mesmo que tenham tido problemas, conseguiram resolvê-los, indicando, também, a dimensão funcional, o que as levou a sentirem-se realizadas por suas conquistas.

É possível perceber, nas respostas, ainda outras duas dimensões importantes, primeiramente a sensorial, pelo fato de as mulheres sentirem-se velhas, talvez relacionando o aspecto físico, o qual é inevitável que se degrade com o passar dos anos, comparado às mulheres mais jovens.

A outra dimensão perceptível é a simbólica, pois as entrevistadas indicam que nessa fase da vida, os recomeços são possíveis, mencionando que esse momento de suas vidas pode representar um espaço temporal de mudanças, de alterações, considerando-se romper com o passado para a composição de um futuro diverso, sugerindo certo antagonismo.

A última periferia é aquela que mais se distancia da imagem principal que as mulheres fazem de si mesmas, portanto tratar-se-á somente de tecer alguns comentários a respeito dessas respostas. A primeira resposta desse espaço dá conta de uma característica, que, no consenso popular, é muito própria das mulheres, ou seja, a realização de várias tarefas ao mesmo tempo. Em outras respostas das mulheres, é possível verificar que elas caracterizam-se como indivíduos que mantêm relações sociais, pois interagem com seus amigos, mantendo contato com diversos grupos sociais. Por outro lado, percebem-se como intolerantes e indicam terem certos arrependimentos, não deixando de terem força de vontade para recomeços. Para Antunes; Silva (2013), como já mencionado, a maturidade não pode ser tratada como um período rígido, pelo contrário, é um momento da vida no qual muitas questões relacionadas ao próprio viver são questionadas pelas pessoas dessa faixa etária.

Interessante observar, também, que há várias respostas relacionadas ao aspecto cognitivo, reforçando que mesmo que se envelheça, a inteligência permanece, ou, quem sabe, torne-se um dos melhores

atributos dessa classe de indivíduos, ou um dos atributos valorizados pela sociedade.

Ao verificar as respostas dessas mulheres, chamou a atenção a presença constante, em um mesmo discurso, de antagonismos relacionados ao próprio modo de ser, de viver, de se relacionar consigo mesma, ou seja, se inicialmente a entrevistada mostra-se forte, logo em seguida relata uma fraqueza; se ela se diz decidida, a seguir demonstra indecisão; se diz insatisfeita, a seguir relata satisfação. Considerando-se esse aspecto pode-se afirmar que “não é possível considerar as fases da vida como homogêneas, uma vez que vivemos uma intensa pluralização dos estilos de vida e identidades [...]”. (ANTUNES; SILVA, 2013).

Levando-se em conta tais homogeneidades e antagonismos, foram selecionados alguns relatos das entrevistas as quais evidenciam tais circunstâncias, Por exemplo, na exposição da entrevistada S, podemos identificar tais antagonismos, no momento em que ela afirma:

Mas quando eu penso em mim mesma a primeira coisa que me vem a mente é parar de comer para não ficar tão gorda. Pior que é verdade. É sério. Porque antigamente eu era bem magra e aí depois eu comecei a ficar mais velha eu fiquei mais gorda e nunca mais consegui ficar magra como eu era antes. Sempre penso nisso mas não consigo parar de comer. A primeira imagem de mim mesma é acima do peso. Eu não tenho baixa autoestima. Minha autoestima é bem alta. É bem assim, acima da média eu acho por que eu não consigo ficar para baixo. (S)

Nessa fala, há a indicação de certa insatisfação com seu peso, e aparência física, mas indica que apesar disso tem autoestima, reiterando as contradições e insatisfações, aparentemente, recorrentes ao ser humano. Pode-se sugerir que a preocupação da entrevistada com sua aparência física pode estar atrelada às representações sociais das mulheres da mesma idade, veiculadas na sociedade, lembrando que mesmo tendo mais de 45 anos, a mulher precisa parecer ser mais jovem e ter um corpo esbelto.

Outra entrevistada, aqui nomeada como G também evidencia em seu relato certo antagonismo, pois afirma que:

[...] mas eu sigo em frente quando eu puder retomar eu retomo quando for o momento e se eu não... se não conseguir resolver, aqui-

lo já está resolvido.” E sentimentos que lhe vêm à mente quando você pensa em si mesma De frustração. (G)

Essa entrevistada relata, aparentemente, tranquilidade ao se deparar com dificuldades, afirmando que resolve o que pode, mas deixa de lado e toma como resolvido o que não consegue fazer. Por outro lado, ela indica frustração como um sentimento que lhe vem a mente sobre si mesma. Então, em princípio observa-se segurança, mas em seguida o que se identifica é justamente o oposto, uma mulher que está frustrada consigo mesma, talvez pensando que a maturidade possa ser um momento da vida na qual nem tudo o que foi planejado tenha conseguido realizar, marcando essa fase da vida como um momento de reflexão, mas não de completa satisfação (ANTUNES; SILVA, 2013).

Essa mesma dicotomia é vista na resposta de outra entrevistada, GL, questionada a respeito dos sentimentos que tem sobre si mesma “um sentimento meio de pena talvez...” E “Eu me sinto bem”.

Essa entrevistada, ao mesmo tempo em que se penaliza por si mesma, inicialmente, ela diz sentir-se bem consigo mesma, o que indica que, ao mesmo tempo em que se sente mal por algo, talvez não seja suficiente para que ela não se sinta bem consigo mesma, ou que consegue perceber-se como um adulto que continua experimentando, vivendo a instabilidade da vida e construindo-se a medida que vive e experimenta essa vida.

Outra entrevista, aqui chamada de L, também indica sentir pena de si mesma, quando perguntada a respeito dos sentimentos que tem sobre si mesma “Às vezes eu tenho sentimento de pena”. Entretanto logo em seguida afirma: “Às vezes eu tenho de pessoa forte, apaixonada pela vida. Depende do dia”. Essa entrevistada reitera a ideia de que mesmo sendo uma mulher madura percebe-se como um indivíduo em construção, indicando certa instabilidade.

Chama a atenção a recorrência do sentimento de pena nas falas das entrevistadas, o que poderia deixá-las assim? Ao chegar à maturidade a mulher estaria se deparando com erros do passado, ou ela estaria se dando conta de situações que talvez não tenha vivido na plenitude? É importante salientar esse sentimento, pois mostra que essa mulher, a madura, revela certo descontentamento consigo mesma, apesar de, ao mesmo tempo, sentir-se bem consigo. Pode-se pensar, mais uma vez, na inconstância da vida, ou até mesmo, nos

rumos que a vida toma, e, por vezes, impossibilita uma reação mais contundente por parte dos envolvidos. O que, segundo Sousa (2008) poderia ser chamado de adulto híbrido, o qual se permitiria viver a instabilidade de sua vida.

Diante dessas respostas, pôde-se perceber e ter a possibilidade de verificar como um grupo de mulheres maduras se vê, pois são respostas reveladoras de muitas características, as quais estão relacionadas às variadas dimensões estipuladas neste estudo, e que, de alguma forma, evidenciam mulheres que têm maturidade para se elogiar, e se perceberem de maneira positiva, mas, ao mesmo tempo, podem se condenar por certos momentos ou ações de suas vidas.

Considerações finais

Ao término das entrevistas, foi possível perceber algumas características presentes nas mulheres maduras, objeto desta pesquisa, bastante reveladores, principalmente por se tratar de um trabalho ainda não realizado nessa área de estudo. Ou seja, não se pensou em dar espaço ou voz para essas mulheres da faixa etária dos 45 aos 65 anos se auto representarem, a partir do apontamento de suas próprias características.

Considerando-se a metodologia utilizada, identificou-se que as entrevistadas se veem como mulheres que sentem-se bem consigo mesmas, remetendo à aceitação das mudanças que ocorrem com o passar dos anos, considerando-se aspectos físicos, mercadológicos, sociais, ou seja, as mulheres parecem aceitar as situações de mudança de um modo geral nas suas vidas. Por outro lado, essas mesmas mulheres manifestaram insatisfações consigo mesmas, tanto no aspecto físico, quanto emocional ou mesmo social (relacionamento com os outros indivíduos).

Houve a presença, também, da ideia de que são indivíduos ativos, remetendo à presença deles na sociedade de modo efetivo, afirmando que são importantes para outras pessoas, que se sentem realizadas socialmente, profissionalmente.

Por outro lado, foi possível observar que há alguns aspectos que essas mulheres gostariam de mudar, melhorando ou modificando, assim como recomeçando algo em suas vidas, bem como uma certa divergência na percepção de sua autoimagem. Disso, depreende-se que são indivíduos que se percebem, apesar de maduras, aptas às mudanças, as quais, porventura, surjam em suas vidas, caracterís-

ticas comuns ao adulto deste século, que percebe as instabilidades do mundo e as suas próprias.

Observou-se, principalmente, nas entrevistadas, a presença de aspectos positivos, mostrando-se conscientes dessas características e satisfeitas com tais aspectos.

Com essa reflexão, foi possível perceber que as mulheres maduras necessitam ter espaços resguardados para suas manifestações, pois são um grupo de indivíduos considerável na sociedade brasileira e que tem participado ativamente dessa sociedade.

Por fim, é importante salientar que este estudo foi realizado com um grupo de mulheres que preenchiam as categorias selecionadas, faixa etária e classe social, mas que tais respostas não podem ser tomadas como definidoras do grande grupo que são as mulheres maduras no país, mas que possibilita o vislumbre de características desses seres sociais.

Referências

ANTUNES, Priscilla de C.; SILVA, Ana M. Elementos sobre a concepção de meia-idade, no processo de envelhecimento humano. **Revista Kairós Gerontologia**, 16(5), pp.123-140. São Paulo,(SP), 2013.

_____. A produção científica brasileira e a problematização da meia-idade: um estudo a partir de periódicos do campo da Educação Física. **Rev. Estudos interdisciplinares sobre envelhecimento**. V. 19, n.1, p. 9-26; Porto Alegre, 2014.

COSTA, Claudia de Lima. **O leito do procusto**. Cadernos Pagu, Campinas, p. 141-174, 1994.

DE ANTONI, C., MARTINS, C., FERRONATO, M. A., SIMÕES, A., MAURENTE, V., COSTA, F. & KOLLER, S. H. (2001). **Grupo focal**: Método qualitativo de pesquisa com adolescentes em situação de risco. Arquivos Brasileiros de Psicologia, 53(2), 38-53.

DEL PRIORI, Mary(org); BASSANEZI, Carla (Coord. Textos) **História das mulheres no Brasil**. 9 ed. São Paulo: Contexto, 2009.

DE TONI, Deonir; MILAN, Gabriel Sperandio; LARENTIS, Fabiano; MATTIA, Adilene Alvares. **A percepção em torno do conceito de consumo consciente**. XXX Encontro Nacional de Engenharia de Produção. São Carlos, SP, BR, 12 a 15 de outubro de 2010.

Goldani Ana Maria. **Mulheres e envelhecimento**: desafios para novos contratos intergeracionais e de gênero. Muito além dos sessenta. Os novos idosos brasileiros cap. 3 p75-114. Instituto de Pesquisa Aplicada. Rio de Janeiro, 1999.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, D. (org.) **As representações sociais**. Tradução: Lilian Ulup. Eduerj: Rio de Janeiro, 2001.

MATOS, Maria Izilda S. de. **Por uma história da mulher**. 2 ed. Bauru, SP: Edusc, 2000.

SCHULER, Maria. **Administração da imagem organizacional**: um método de configuração da imagem organizacional. Porto Alegre: UFRGS/EA/PPGA, 2005.

SCHULER, Maria. Excelência humana nas comunicações organizacionais. **Estudos**, revista semestral do curso de jornalismo e relações públicas da universidade metodista de São Paulo. s/d. Disponível em <http://www2.metodista.br/agenciarp/mariaschuler.pdf>.

SÊGA, Rafael Augustus. O Conceito de Representação Social nas obras de Denise Jodelet e Serge Moscovici. In: **Anos 90**, Porto Alegre, n. 13, Julho de 2000.

SOUSA, F. O que é ser adulto? As práticas e representações sociais – A sociologia do adulto. **V Congresso Português de Sociologia**. Braga (Portugal), 2008.

3 O BAJUBÁ DA BONECA – A COMUNICAÇÃO COMO REPRESENTAÇÃO DA TRAVESTI¹

Rafael Bozzo Ferrareze

Ana Paula Moreira

Introdução

Quando pensamos na população travesti nos vem logo a mente um conceito construído e reproduzido socialmente destas pessoas. Para muitos, travestis são a escória da sociedade, são vulgares, pessoas que não possuem caráter, que permeiam a prostituição apenas pelo prazer, dinheiro e etc., estigmas estes que moldam e constroem como já dito a figura da pessoa travesti no imaginário social. Porém quem são essas atrizes sociais²? Como estas pessoas se constroem enquanto travestis? Como reproduzem suas identidades sociais em meio à população que as tem como abjetas³? Estas perguntas são pa-

1 Trabalho apresentado no GT Comunicação e Sociedade, do VII Encontro de pesquisa em Comunicação.

2 Atrizes sociais se refere às travestis [...], advém primeiramente das escolhas de seus nomes sociais [...]. Essas pessoas [...] escolhem para si nomes de pessoas famosas e com quem se identificam, para serem referenciadas por todas as outras travestis e demais pessoas (MISCOLKI e PELÚCIO, 2007). Esses nomes, em meio à prostituição, lhes agrega o valor de atrizes, pois muitas vezes [...] estas têm que interpretar diferentes papéis – ativa ou passiva –, bem como diferentes sentimentos e sensações – de que se está feliz, alegre, de que nada as atinge ou de que estão sentindo prazer nas relações sexuais, seja através do gozo das mesmas ou do fazer o cliente gozar. É, literalmente, o jogo do interpretar, logo, atrizes sociais, em meio aos contextos de prostituição, não se refere somente a seus nomes, mas também as suas atuações em meio à mesma (FERRAREZE, 2015, p. 54).

3 Segundo Richard Miskolci (2013, p. 24) O termo “abjeção”, se refere ao espaço a que a coletividade

râmetros a serem respondidos ao longo deste trabalho tendo como apoio para tanto cinco travestis que residem e trabalham em meio à noite pontagrossense.

Antes de aprofundarmos em nossa temática e público alvo participante deste, é importante apresentarmos etimologicamente o conceito sobre travestis. Segundo o dicionário Michaelis (2015) a palavra travestis significa, “disfarce sob o traje de outro sexo”. Para o Dicionário on line de Língua Portuguesa (2015) a palavra travestis “[...] refere-se aos homossexuais cujas vestes e/ou comportamentos denotam particularidades ou ações características do sexo oposto”. Para Kulick (2008, p. 5) a palavra “advêm do verbo transvestir, ou transformar”. Nos três entendimentos apresentados nota-se que o termo travestis parte de uma ação de deslocamento. Este deslocamento que aqui nos referimos entendemos como sendo a ação de mover-se do sexo e características masculinas para os perfis e formas femininas.

Não podemos deixar de mencionar que o entendimento que mais destoa do significado da palavra travestis é o apresentado pelo dicionário Michaelis, visto que este apresenta o conceito como sendo um disfarce, algo que hora podemos ser hora não, e isso as travestis não fazem, se disfarçar. Na sequência do trabalho trataremos claramente os motivos pelos quais as travestis não se disfarçam de mulheres, entendendo a priori que para tal ação se faz necessário por parte destas uma escolha, uma vontade.

Algumas características destas pessoas são seus nomes sociais⁴, formas de linguagem, vestimentas, construções corporais entre outros aspectos advindos do universo feminino. É importante também apresentar o conceito social do ser travesti. Anteriormente trouxemos seu significado etimológico e agora apresentaremos o entendimento de travestis expresso pela Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais (ABGLT), núcleo que conta com uma participação expressiva de travestis em suas militâncias, sendo então este o melhor conceito/entendimento que uma pessoa, travesti, pode apresentar de si mesma:

costuma relegar aqueles e aquelas que consideram uma ameaça ao seu bom funcionamento, à ordem social e política. Segundo Julia Kristeva, o abjeto não é simplesmente o que ameaça a saúde coletiva ou a visão de pureza que delinea o social, mas, antes, o que perturba a identidade, o sistema, a ordem (1982, p. 4).

4 Nomes Sociais são os nomes escolhidos pelas travestis para serem utilizados socialmente. Segundo (PELÚCIO, 2007) as travestis escolhem nomes de atriz ou personalidades famosas cujas quais gostam e/ou se identificam. Estes nomes as inserem na sociedade juntamente com suas modificações corporais.

Pessoa que nasce do sexo masculino ou feminino, mas que tem sua identidade de gênero oposta a seu sexo biológico, assumindo papéis de gênero diferentes daquele imposto pela sociedade [...] as travestis não desejam realizar a cirurgia de redesignação sexual (mudança de órgão genital). [...] (ABGLT, 2010, p. 18).

O entendimento social apresentado pela ABGLT sobre as travestis nos mostra que estas pessoas nascem com um sexo biológico definido, porém não se reconhecem ou se identificam totalmente com os mesmo. No decorrer de suas vidas passam a desenvolver papéis sociais pertencentes ao sexo oposto. Aqui cabe dizer que entre estes papéis sociais entram, os de gênero, os sexuais, os afetivos entre outros. O ser travesti não apresenta uma estaticidade, ou seja, eles adquirem para si um corpo feminino, mas muitos não se reconhecem ou querem ser tidas como mulheres, apenas possuem uma estrutura corporal feminina. Outro conceito importante apresentado pelo ABGLT e que para muitas pessoas soa como uma regra, é a ideia de que uma travesti quer realizar a cirurgia de redesignação sexual, o que não é verdade. As mesmas convivem bem com sua genitália, não querendo realizar uma cirurgia desta natureza.

Metodologicamente, foi utilizada pesquisa de campo, em períodos distintos no decorrer de 2014, conversando informalmente com as travestis e realizando algumas entrevistas semiestruturadas. A realização de trabalho de campo teve como finalidade a aproximação direta com os sujeitos da pesquisa, reconhecimento de seu universo e do fornecimento de alguns dados importantes acerca das características das travestis, suas identidades e formas de comunicação.

Cabe ainda dizermos que no decorrer do trabalho nos referiremos às pessoas travestis utilizando o artigo definido “a ou as” em consonância com o pensamento da ABGLT (2010, p. 18), “[...] aquela que possui seios, corpo, vestimentas, cabelos e formas femininas”. Logo, uma pessoa ou pessoas que apresentam formas femininas não se tem como utilizar, por exemplo, a expressão “o senhor, obrigado, amigo, entre outros”. Por este motivo e por respeito e consciência as travestis, as trataremos pelo gênero feminino.

O surgimento das travestis na sociedade brasileira

As primeiras aparições de travestis nos contextos sociais bra-

sileiros datam dos anos de 1970, em especial na cidade de São Paulo, capital, onde começaram a frequentar os espaços sociais em grandes capitais. Estes espaços eram as praças públicas, casas noturnas, bares e avenidas. Na maioria dos casos, todas as vezes que se via uma travesti nesses ambientes estavam em função de seus trabalhos, no caso, a prostituição (PERLONGHER, 1987) e GREEN (2000).

O surgimento das travestis em meio à sociedade causou um espanto na população que passavam onde as mesmas estavam trabalhando, é o que relata João Silvério Trevisan:

[...] o que mais me surpreendeu foi à presença maciça de travestis prostitutas no centro de São Paulo. Não eram um ou dois, mas dezenas que se multiplicavam a cada semana [...] As pessoas que passavam pelo centro [...] olhavam entre boquiabertas e fascinadas aquelas putas escandalosas, de voz grossa, traços geralmente mais duros e pés grandes, assediados por carros que paravam e acertavam o preço (TREVISAN, 1997, p. 74-75).

Este breve histórico do início das interações sociais de travestis marca o início de uma relação nada amigável entre a sociedade civil e as travestis. Com o rápido surgimento destas em meio à sociedade, os discursos de ódio, o repúdio e as ações intervencionistas por parte do estado, buscando um “controle para esta epidemia” passaram também a surgir fortemente, caso este visto nas ações chamadas “operação limpeza” - rondas policiais extremamente agressivas, onde as travestis eram detidas, encarceradas e na maioria das vezes espancadas pelos policiais. Estas operações ocorridas na cidade de São Paulo no início da década de 1980, eram comandadas pelo delegado Richetti⁵. Vale salientar que o início da aparição de travestis, não se deu apenas na capital de São Paulo, outra capital que também sediava a estadia das travestis era a cidade do Rio de Janeiro (PERLONGHER, 1987). Esta capital também em meados da década de 1970 comportava inúmeras travestis que se utilizavam da prostituição como forma de trabalho informal, e a repressão policial também era grande (SILVA, 1996).

Em meio a este cenário surgiram as protagonistas de nosso trabalho e com elas os estigmas que as acompanham até hoje. A título de informação, estigma segundo o dicionário Houaiss, seria uma marca,

5 Mais conhecido como delegado Richetti, José Wilson Richetti foi um delegado da 3ª Seccional da cidade de São Paulo capital, responsável pela “Operação Limpeza”; ação policial na cidade de São Paulo onde a polícia prendia travestis, prostitutas e garotos de programa de uma forma abusiva e agressiva (Ferrareze, 2015, p. 35).

um sinal, uma cicatriz ou algo que é considerado indigno (HOU-AISS, 2001, p. 183). Pelo significado da palavra, entendemos que tal expressão não é boa, agradável ou quista. Goffman (1988, p.7), em seu estudo sobre estigma e identidade deteriorada, o conceitua como sendo “a situação do indivíduo que está inabilitado para a aceitação social plena”. O autor ainda afirma que uma pessoa estigmatizada não é considerada completamente humana pelos demais, criando assim vários tipos de discriminação e exclusão (GOFFMAN, 1988).

Travestis são pessoas que sofrem com diversos tipos de estigmas primeiramente, porque fogem à norma vigente de sexo e gênero; em um corpo masculino, decidem usar roupas e elementos femininos, para alcançar a máxima feminilidade utilizam hormônios e silicone, por serem estigmatizadas e não encontrando espaço no mercado formal de trabalho, partem para as atividades informais, como a prostituição. Logo o estigma que as travestis carregam em seus corpos, não podem de forma alguma ser escondidos, é algo que as acompanha em todos os lugares. Então, fica claro que o estigma é um preconceito, gerando assim discriminação, dor sofrimento e para muitas, morte.

Construções corporais e comunicação visual em meio às travestis

Pensar em travestis e como estas conseguem ficar com corpos muitas vezes mais bonitos que os das próprias mulheres é algo que perturba e/ou fascina muitas pessoas. O que a maioria da população não consegue ver ou entender é que este processo de transformação não se dá do dia para a noite, ou ainda que este não é algo fácil de se adquirir. A beleza corporal construída pelas travestis na maioria das vezes é fruto de processos clandestinos, árduos e porque não dizer, ilegais, visto que muitas travestis utilizam silicone industrial⁶, produto este utilizado em maquinarias e carros, para ganharem a tão sonhada forma de um corpo feminino. Em contra partida, a Conferência Nacional LGBT no ano de 2008 passou a entender estes processos não extensivos para todas as travestis: “[...] Muitas travestis modificam seus corpos por meio de hormonioterapias, aplicações de silicone e/ou cirurgias plásticas, porém vale ressaltar que isso não é regra para todas [...]” (CONFERÊNCIA NACIONAL LGBT, 2008).

As profissionais menos sucedidas recorrem ao produto men-

6 Silicone Industrial é um líquido viscoso utilizado para lubrificar máquinas industriais ou polir carros. Geralmente este produto é utilizado por travestis para deixar seus corpos com as características femininas, como: seios, nádegas, quadril entre outros (KULICK, 2008) e PELÚCIO (2005).

cionado acima na clandestinidade, pois o tratamento hormonal e a siliconização clínica é algo muito caro e não acessível a todas as travestis. A única coisa unânime entre elas é a vontade de ter um corpo perfeito, de ser bela e de conseguir através desta beleza, visibilidade e clientela, intuito das profissionais que recorrem à prostituição como sustento.

Mesmo com todas as características físicas e esteticamente femininas, algumas travestis não se consideram ou se identificam como mulheres; elas são como afirma Berutti (2010, p. 8) “homens que ardentemente desejam homens, e que se modelam e se aperfeiçoam como um objeto de desejo para esses homens”. Algumas travestis não se consideram mulheres como mencionado no início de nosso trabalho. Mesmo tendo em seus corpos símbolos femininos, elas trazem pra si recursos para uma melhor socialização com os homens, no entanto, uma travesti só pode ser considerada como tal se esta permanecer vinte e quatro horas do dia como mulher ou tiver iniciado o processo de hormonização ou siliconização, ou ainda, outras técnicas de cuidados pessoais, rituais de suma importância para as mesmas (FERREIRA, 2009).

É visto que para uma travesti a beleza realmente é fundamental, as mesmas gastam muito investindo em produtos de beleza, perfumes, roupas entre outras coisas, tudo para se tornar atraente aos olhos de seus clientes e das pessoas que as acessam visualmente na noite. Segundo Benedetti (2004), Berutti (2010) e Kulick (2008) e embasados nas narrativas de nossas participantes, os processos construtivos dos corpos travestis passam por diversas fases. Algumas travestis reforçam que as mesmas nunca param de se transformar, sendo um processo contínuo (PELÚCIO, 2005) e BENEDETTI (2004). Mas que transformações são essas enfrentadas pelas travestis? As mesmas nascem biologicamente pertencentes ao sexo masculino, no entanto, em determinada idade começam a perceber que sua identidade de gênero não corresponde à forma como gostariam de serem vistas.

Assim como os homens homossexuais, estas assumem tal orientação sexual para si, no entanto, acabam notando que, mesmo como homossexuais, lhes falta algo. Alguns autores, como Larissa Pelúcio, relatam que a primeira fase de modificação na vida de uma travesti começa quando essas se assumem como gays para família e sociedade (PELÚCIO, 2004). No entanto, pudemos ver durante a realização das entrevistas, que para as travestis a fase de iniciação seria o que é para Pelúcio o terceiro momento, o processo de hormonização.

As entrevistadas relatam que vestir-se de mulher ou maquiarem-se não as tornam de fato travestis e que, em nossa atualidade, homens que não se consideram travestis, trajam roupas femininas e se maquiham. O que as tornam de fato travestis é o momento em que se iniciam as modificações corporais e isso, primeiramente, através da ingestão de hormônios – comprados em farmácias por travestis que não conseguem pagar um tratamento de hormônio-terapia, passando, posteriormente, pela siliconização dos seios, quadris, nádegas, entre outros.

Neste processo de siliconização, travestis de baixa renda recorrem às chamadas ‘bombadeiras’ – geralmente travestis mais velhas que aplicam a injeção do silicone industrial nas travestis mais novas –, tornando-as assim, como muitas costumam dizer, mais vistosas, atraentes e femininas (PELÚCIO, 2005) e KULICK (2008). Para as travestis, o desejo em se ‘tornar uma mulher’ – elas não pretendem totalmente se tornar uma mulher, porém, usam elementos do universo feminino para se aproximarem ou parecerem com as mesmas ou em ter elementos do público feminino em seus corpos não as impedem de conviver com seu órgão sexual de nascença, pois as relações identitárias constituintes no corpo travesti excluem a importância ou o desconforto de seu falo, ou uma necessidade de se ter em um corpo feminino o órgão decorrente deste sexo, excluindo assim a possibilidade de se submeterem à cirurgia de redesignação sexual (SILVA, 1993) e KULICK (2008).

Cabe aqui dizer mais uma vez que existem algumas travestis que, mesmo aderindo em seus corpos símbolos do sexo feminino, não assumem para si tal identidade, como citado por uma entrevistada de Pelúcio; em relação ao seu gênero, a mesma diz “Nem homem nem mulher, nós somos travestis” (PELÚCIO, 2004, p. 127). Marta contou-nos que a disputa por clientes em meio às profissionais do sexo eram grandes, pois havia muitas travestis formosas e belas que chamavam a atenção de todos os transeuntes, motoristas e das próprias travestis que batalhavam juntamente a ela. A mesma diz que sempre procura se vestir bem, deixando o corpo um pouco a mostra, para chamar a atenção das pessoas que transitam em seu local de trabalho. Kelly, outra participante de nossa pesquisa nos relatou que se cuida muito, implantou silicone, tem nádegas grandes e por isso não preciso por. Ama perfumes, maquiagens e outros cosméticos que realçam sua jovialidade e beleza (Kelly tem 26 anos de idade). Disse-nos ainda, em tons de risos, que não pratica exercícios físicos, pois

sua genética é ótima. Toma hormônios para acentuar o corpo e procura dormir bem, o tanto que puder para cuidar da pele. Ela termina dizendo que faz tudo, que se conserva, para agradar seus clientes.

Através dos relatos das participantes, pudemos notar que a beleza é algo que se preza muito. Em vários momentos de nossas conversas as travestis afirmavam que se você não é bonita, não se cuida ou se arruma bem, você não encontra clientes na noite. A beleza tem um valor muito significativo para essas mulheres. O ‘cuidar-se, arrumar-se, harmonizar-se’ ganham aprovação ou reprovação de suas transformações pelos olhares de todos que transitam por esses espaços e em meio às outras profissionais, significando para tanto seu sucesso ou insucesso. O local de trabalho, para elas, não se resume apenas em trabalho, mas espaços de sociabilidade, aprendizagem e subjetivação. Benedetti reforça essas análises quando afirma:

[...] o convívio social das travestis nas áreas de prostituição está relacionado com a possibilidade da visibilidade social dos seus investimentos na transformação corporal e do gênero. É prioritariamente nestes espaços que [...] aprendem as modalidades e processos de se construir, corporal e subjetivamente, no gênero feminino é onde podem “verificar” se as estratégias de transformação de apresentação de si no feminino encontram reciprocidade, tanto por parte das outras travestis, como por parte dos outros habitantes deste universo social [...] (Benedetti, 2004, p. 5).

Logo, beleza e local de trabalho para essas atrizes, segundo o entendimento do autor e nossos apontamentos, entendem-se como visibilidade de suas construções identitárias e afirmação das mesmas, estando intrinsecamente atrelados um ao outro, apresentando, como resultado, os elogios e a procura dos clientes, baseado nos sucessos de transformação das mesmas. Luanda também participante de nossa pesquisa expressa, através de sua fala, a comprovação da discussão apresentada ao dizer que “se adora, gosta de ver seu corpo em meio a este trabalho, na medida em que entra no carro e vai tirando a roupa os homens falam: “nossa que corpo bonito você tem”, a hora que tira a roupa e eles olham seu corpo, acha que eles sentem mais prazer ainda.

O prazer e a satisfação através dos olhares desses clientes afirmam os sucessos dessas profissionais. A fala “eu adoro meu corpo no meio deste trabalho” comprova o êxito obtido por Luanda. Ela conseguiu ser vista e ser desejada, dessa forma, foi escolhida para realizar o programa

com tais clientes, através dos investimentos em seu corpo; a mistura de sucesso, desejo e aceitação, para tais profissionais, reforçam não somente o sucesso como seus devires, tornando-se o que desejam ser.

Trabalhar com representações de gênero e sexualidade comporta um potencial crítico, pois é possível identificar de que formas são socialmente construídas, a imagem carrega sentidos, apresentam hábitos, modos de vestir, comportamentos que constituem identidades. Nesta análise,

o próprio corpo como suporte sensível que se articula com diferentes códigos, processando continuamente uma série de significantes e, assim, “enformando” e “informando” significações [...] corpo cria processos de identidade, e “a presença do outro, como um corpo visível e sensível com o qual podemos nos identificar, representa a cristalização do sentido, que está aberto a re-significações (LANDOWSKI, 1996, p. 122 apud CASTILHO, 2004, p. 46)

A aparência produzida a partir da valoração exacerbada da imagem transformada em performance tem levado as travestis a perceber que o corpo é o local primeiro de identidade, locus a partir do qual cada um diz do seu íntimo, da sua personalidade, das suas virtudes, sustentáculo inconfundível de sua visibilidade – um eu – construído à partir da individualidade.

Nesta premissa, é no corpo e na sua linguagem que as travestis se produzem enquanto sujeitos, é uma questão definidora como interpretação não apenas de gênero, mas constructo de identidade, interferindo no próprio corpo - mostram que o corpo é, um meio de expressão, transmite um significado ou expressa numa performance, podendo ser compreendida como um código, um elo que as une e as repelem por meio da diferença, ou seja, travestis não montam só o corpo, este é o reflexo e significado desta identidade, sendo isto que produz sua autenticidade. A entrevistada Marta, relata “é muito custoso ser autêntica, nisto não se pode economizar, se mostrar mais autêntica ao se aproximar daquilo que sempre se sonhou em ser”.

Este termo - montar, as travestis referem-se à transformação do corpo, de diversas maneiras, como mencionamos acima. E a partir deste, que se delineia sua inserção no exercício corporal e incorporação de identidade, valores, nomes, gêneros. É um divisor de águas para sua inserção nesta categoria. A montagem das travestis é referendada pela intervenção feminina “24 horas por dia”, onde o

masculino permanece oculto. E segundo Guterres (1995, p. 304), “O corpo como um forte símbolo, capaz de operar comunicação, estabelecendo um código compartilhado pelo grupo, [...] a linguagem corporal é plena de significados”.

O corpo fomenta a exploração de possibilidades e significações, dá forma, proporção, volume decorrente de um poderoso e multifacetado meio de interação, empoderando as travestis na materialização de ideias, sentimentos, desejos e saberes. Para Castilho (2004) o corpo é utilizado como elemento de potência, ameaça, diferenciação, sedução, tentação e articula amplas relações em cada uma das formas de ele estar em diferentes contextos.

Sobre a imagem de perigosas as travestis ao longo dos anos apresentaram a imagem de indivíduos agressivos, no entanto, é de suma importância entender que, no início de suas aparições em meio à sociedade, as mesmas apanhavam muito, tanto de policiais quanto de pessoas que apenas estavam passando pela rua (PERLONGHER, 1987), TREVISAN (1997) e GREEN (2000). Sem saberem se defenderem dessas agressões, as travestis foram obrigadas, de alguma forma, a utilizar o que podiam para tentar escapar e se proteger de tais atitudes; foi nesse instante que passaram a utilizar giletes, estiletos e outros materiais cortantes como forma de proteção. A partir desse momento, surge a imagem de que as travestis são perigosas e violentas, bem como as ideias alimentadas até hoje de que as travestis andam armadas com armas brancas (TREVISAN, 1997). No entanto, tais atitudes são respostas às inúmeras violências sofridas em sociedade, reforçando assim, a fala de Maturana (1998), que expressa a ideia de que sem sociabilidade ninguém será sociável.

Comunicação verbal travestis como forma de empoderamento

É importante para este momento dizer que a expressão ‘atrizes sociais’, utilizada neste trabalho para se referir às travestis, advém primeiramente das escolhas de seus nomes sociais. Ao entrarem no universo travesti, escolhem para si nomes de pessoas famosas e com quem se identificam, para serem referenciadas por todas as outras travestis e demais pessoas (MISCOLKI; PELÚCIO, 2007). Esses nomes, em meio à prostituição, lhes agrega o valor de atrizes, pois muitas vezes, na prostituição, estas têm que interpretar diferentes papéis – ativa

ou passiva –, bem como diferentes sentimentos e sensações – de que se está feliz, alegre, de que nada as atinge ou de que estão sentindo prazer nas relações sexuais, seja através do gozo das mesmas ou do fazer o cliente gozar. É, literalmente, o jogo do interpretar, logo, atrizes sociais, em meio aos contextos de prostituição, não se refere somente a seus nomes, mas também às suas atuações em meio à noite.

Assim como seus nomes sociais as travestis utilizam uma forma de linguagem própria para se comunicarem ou também para se diferenciarem das demais pessoas. Esta linguagem vem ser para as mesmas como um código, que só elas sabem o seu significado. Ao longo dos anos diversos estudos sobre travestis, suas culturas, identidades e linguagem puderam desmistificar esse universo de suas linguagens, aproximando pesquisadores e curiosos que queriam entender tais expressões e vocábulos utilizados pelas mesmas.

Um corpo não é apenas um corpo, ele é o reflexo de intervenções, de significados culturais e sociais ao que a ele se atribui, e a este é constituído pela também pela linguagem. Ou seja, não pela linguagem já existente, mas pela criada a fim de dar sentido à identidade, e reiterar a materialidade da produção de significados e de suas representações.

Um trabalho extremamente bem elaborado que vem nos informar sobre as gírias, expressões, palavrões entre outros termos no linguajar travesti se intitula como “Aurélia a dicionária da língua afiada”, escrito por Ângelo Vip e Fred Libi, publicado pela editora da Bispa no ano de 2006. Os autores por intermédio das travestis elaboraram uma coletânea embasada no “bajubã” - linguagens das travestis - onde são apresentados os significados de diversas palavras, a exemplo de algumas: Aqué - dinheiro, Picumã - cabelo, Amapô - mulher, Boneca – travesti, Dar a elza - roubar, Erê – menino novinho, Lady – homossexual feminina (passiva), Mariconna - homem velho que nas relações sexuais gosta de ser penetrado, Alibã – Polícia e Uó – tudo de mal/ruim.

O linguajar travesti apresenta como dissemos várias palavras e termos, estes as empoderam em meio a uma sociedade que as exclui, as maltrata e ignora. Através da visibilidade dada ao linguajar travesti. Kelly outra entrevistada nos chama a atenção para um fato recorrente sobre o linguajar travestis. Ela afirma que “muitas pessoas acabaram aderindo algumas palavras em seu cotidiano sem nem saber que tais expressos advêm do nosso dialeto, é o caso dos termos, mariconna e amapô” (FERRAREZE, 2015).

Como afirma Castilho (2004), da linguagem se constrói a identidade e se efetivam os relacionamentos. Por este motivo é relevante tornarem-se explícitas as relações entre gênero e ideologias expressas através da linguagem.

A comunicação é importante e define relações sociais, sendo que a travesti não está apenas emoldurada na plástica de vitrine, mas produz e reproduz a partir de uma linguagem própria, condição que aduz ao modo de vida, identidade, sua sobrevivência perante uma vida cheia de incertezas e armadilhas e/ou manifestação diante do encontro e convívio das iguais. Neste sentido, Martino (2010, p. 57) avigora a análise quando sintetiza: “[...] na comunicação se desenvolvem noções principais de identidade – a definição comunicativa do indivíduo, do grupo acontece na possibilidade de se compartilhar um discurso, trama responsável por indicar quem é você e, por contraste e complemento, quem você não é [...]”.

Parece-nos que as escolhas das travestis para satisfazer suas necessidades de identidade e gênero – distinção de indivíduo pelas possibilidades particularizatórias e adequação social em meio ao seu grupo - faz do corpo sua narrativa, como meio que configura a imagem segundo as interações que as envolvem. Os membros de um determinado grupo reconhecem-se baseados nos seus trajes/costumes, comportamentos, gestos, comunicação pela língua utilizada, adoção de ideias, valores, crenças e instituições comuns. (CASTILHO, 2004)

Diante de tantas mudanças no seio da sociedade e em foco a discussão de gênero, revelamos diferentes práticas sociais, manifestações e identidades a partir do modo de comunicação e linguagem das travestis, perpassados num contexto local – cidade de Ponta Grossa - PG, referendados na conjuntura nacional.

Considerações finais

O objeto de interesse com o universo travesti, com a construção de identidade desse ser que é singular e, ao mesmo tempo, múltiplo, motivou a realização desta pesquisa, a formação da identidade pessoal e de gênero, através da comunicação e linguagem, suscita uma relação dialética entre passado e presente, oportunizando uma reflexão sobre a linguagem como construção simbólica de gênero.

Ser travesti indica a estética e identidade como investimento de autorrepresentação com implicações na sexualidade, no gênero, na diferença sexual, exacerbam o rompimento da lógica da imutabilidade como homem e mulher – binarismo sexual. Para tanto a compreensão de gênero não tem o intuito de negar os aspectos biológi-

cos, mais sim ressaltar as vivências e experiências do sujeito diante de suas relações sociais com o mundo, dão conta de construir uma identidade profícua inserida nas novas determinações sociais, como questão de comunicação, resultado de interações, produzido cotidianamente e decodificados conforme nossos anseios e intenções, ou seja, poder dizer “esta sou eu”.

Desta forma, este trabalho procurou evidenciar que a identidade travesti perpassa pela interação do modo de comunicação – expressão corpórea e da linguagem, como objeto de representação da categoria de gênero, amálgama de sua construção/reconstrução, esgarçando os estigmas de preconceito e discriminação, rotuladas como perigosas e/ou escórias da sociedade e assim contribuir para o aprimoramento da tão necessária reflexão sobre identidade pessoal e de gênero, capazes de dar continuidade na compreensão deste universo.

Referências

ABGLT - Associação Brasileira de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais. Manual de comunicação LGBT. Aliança Paranaense pela cidadania LGBT. Programa conjunto das Nações Unidas sobre HIV/AIDS – UNAIDS. 1ed. 2010. Disponível em: <http://abgltrasil.blogspot.com.br/> Acesso em: 02 jul. 2013.

BENEDETTI, M. R. **A batalha e o corpo**: breves reflexões sobre travestis e prostituição. 2004. Disponível em: http://www.ciudadaniasexual.org/boletin/b11/breves_reflexoes_sobre_travestis_e_prostituicao.pdf Acesso em: 12 ago. 2013.

BERUTTI, E. B. **Travestis**: retratos do Brasil. Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2010.

CASTILHO, K. **Moda e linguagem**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

DICIONÁRIO ON LINE DE LINGUA PORTUGUESA, 2015. Disponível: <http://www.dicio.com.br/>

FERRAREZE, R. B. **Bonecas na noite**: histórias cotidianas de travestis e transexuais. 2015. 110 p. Dissertação (Mestrado Interdisciplinar em Desenvolvimento Comunitário) – Universidade Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO, Irati, 2015.

FERREIRA, R. S. **A informação social no corpo travesti (Belém, Pará)**: uma análise sob a perspectiva de Erving Goffman. Ci. Inf., Brasília, v. 38, n. 2, p. 35-45, maio/ago. 2009.

GOFFMAN, E. **Estigma**: Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. (4ª ed.) Tradução de Márcia Bandeira de Mello Leite Nunes. Editora: Guanabara Kooogan S.A. Rio de Janeiro, RJ, ano 1988, 158 p.

GREEN, J. **Além do carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX**. São Paulo. Editora UNESP, 2000. 541 p.

GUTERRES, L. S. “**O corpo carnavalesco**”, in: LEAL, O.F. (org). *Corpo e significados: ensaios da antropologia social*, Porto Alegre, Editora da Universidade/UFRGS, 1995.

HOUAISS, A; VILLAR, M. de S. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KRISTEVA, **Approaching abjection, powers of horror**, Columbia University Press, NY, 1982.

KULICK, D. **Travesti**: prostituição, sexo, gênero e cultura no Brasil. / Don Kulick; (tradução, Cesar Gordon). – Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2008.

MARTINO, L. M. S. *Comunicação & Identidade: quem você pensa que é* – São Paulo: Paulus, 2010.

MATURANA R., Humberto. **Emoções e linguagem na educação e na política / Humberto Maturana**; tradução: José Fernando Campos Fortes. - Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

MICHAELIS.UOL - online, 2015. Disponível: <http://michaelis.uol.com.br/>

MISKOLCI, R. **Teoria Queer**: um aprendizado pelas diferenças / Richard Miskolci. – 2. Ed. Ver. e ampl., 1 reimp. – Belo Horizonte: Autêntica: UFOP – Universidade Federal de Ouro Preto, 2013. – (Série Cadernos da Diversidade, 6) p. 21-35.

PELÚCIO, L.M. In: SBS – XII Congresso Brasileiro de Sociologia. GT 17- **Sexualidade, Corporalidades e Transgressões**: Sexualidade, gênero e masculinidade no mundo dos t-lovers: a construção da identidade de um grupo de homens que se relacionam com travestis. Fevereiro e Abril de 2005.

_____. **Travestis, a (re)construção do feminino**: gênero, corpo e sexualidade em um espaço ambíguo. *Revista Antropológicas*, ano 8, vol. 15(1), p. 123-154, 2004.

PERLONGHER, N. **O negócio do michê**: prostituição viril em São Paulo. Editora Brasiliense, São Paulo, 1987, 276 p.

SILVA, H. R. S. **Travesti**: a invenção do feminino/ Hélio R. S. Silva – Rio de Janeiro: Relume-Dumará: ISER, 1996. 176p.

TREVISAN, J. S. **O espetáculo do desejo**: homossexualidade e crise do masculino. In: CALDAS, Dario (org.) *Homens em São Paulo*. Editora: SENAC, São Paulo, 1997.

VIP, A; LIBI, F. **Aurélia a dicionário da língua afiada**. Ângelo Vip e Fred Libi. Editora da Bispa. 2006, 143 p.

4 VISIBILIDADE E REPRESENTAÇÃO DE CORPOS ABJETOS NO AUDIOVISUAL: AS MULHERES TRANS NA FICÇÃO SERIADA VIA STREAMING¹

*Anderson Lopes da Silva
Valquíria Michela John*

Introdução

Nossas identidades começam a ser forjadas muito antes de nosso nascimento. Da escolha das cores que decoram o quarto ao nome que nos será dado, muito do que seremos começa a nos ser atribuído, representando-nos muito antes que tenhamos consciência ou possibilidades de fazer nossas escolhas e/ou identificações. A primeira forma de construção de nossa identidade está, portanto, relacionada ao sexo: nascemos menina ou menino. Conforme ocorre nosso ingresso no mundo social, os papéis que deveremos desempenhar como meninos e meninas nos vão sendo repassados. O gênero² é,

1 Trabalho apresentado no GT Comunicação e Cultura, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

2 Não nos propomos aqui a uma revisão dos estudos/discussões sobre o conceito de gênero. Seguimos a perspectiva de corpos abjetos na linha teórica de Judith Butler para a discussão dos objetos escolhidos para a análise, como se verá adiante. Porém, consideramos importante contextualizar brevemente gênero, entendido aqui na perspectiva apontada por Donna Haraway. Conforme a autora “Gênero é um conceito desenvolvido para contestar a naturalização da diferença sexual em múltiplas arenas de luta. A teoria e a prática feminista em torno de gênero buscam explicar e transformar sistemas históricos de diferença sexual nos quais ‘homens’ e ‘mulheres’ são socialmente constituídos e posicionados em relações de hierarquia e antagonismo”. (HARAWAY, 2004, p. 211).

portanto, uma construção social. De forma bastante simplificada, gênero pode ser definido como a atribuição de papéis socioculturais a homens e mulheres, o modo como são socializados a partir das diferenças atribuídas aos sexos. É desse par menino/menina (ou homem/mulher) que se forjam as identidades binárias e, de um modo geral, quem não se adequa ao que é esperado constituirá uma identidade em “desvio”. Será, portanto, um ser “abjeto”, que não se enquadra nos padrões atribuídos ou que lhe são esperados.

Colling (2010), adotando a perspectiva de Tomaz Tadeu Silva, afirma que a representação nunca é “[...] mental ou interior, mas sempre uma marca visível e exterior”. Ou seja, “[...] o discurso não apenas constata e descreve algo, mas também faz com que alguma coisa aconteça”. Deste modo, as representações evidenciadas em um conteúdo midiático, como as séries, objeto de análise deste artigo, não são “[...] simplesmente uma reprodução da realidade, mas também uma ação que deseja e provoca reações pelo fato de ter sido realizada de determinada maneira” (COLLING, 2010, p. 4).

Neste artigo, discutimos como corpos e identidades que não se enquadram nos padrões estabelecidos pelo binarismo homem/mulher cisgêneros são representadas em um dos conteúdos midiáticos de maior sucesso e alcance no cenário contemporâneo: a ficção seriada produzida e distribuída via *streaming*. Como foco de nossa problematização, elegemos duas produções originais da empresa Netflix, principal nome nesse segmento. A partir da análise das personagens Sophia e Nomi, das séries *Orange Is The New Black* e *Sense8*, respectivamente, provocamos a discussão sobre como os corpos abjetos (BUTLER, 2002) são representados no conteúdo audiovisual atual. As cenas escolhidas representam momentos nos quais as personagens protagonizam ações de resistência, superação e ruptura na própria vida, além de promoverem uma profunda transformação na trama analisada.

Peculiaridades da ficção seriada via *streaming*

As séries televisivas, sobretudo as americanas, têm gerado diversas análises que buscam, entre outros aspectos, compreender seu sucesso e alcance. Conforme Esquenazi (2011, p. 75), “a produção de séries não é um mero fenômeno econômico e social. É também herdeira de gêneros narrativos criados pouco a pouco desde inícios do século

XIX”. Sucesso este que atravessa fronteiras geográficas, de idiomas e culturas e o próprio meio original de veiculação do conteúdo, evidenciando o processo da expansão dos modos de ver (e de compartilhar) o conteúdo televisivo, cada vez mais visto em “múltiplas telas” (OROZCO, 2011). Dentro deste cenário, classificado de diversas formas pelos autores, mas visto por muitos como uma verdadeira “revolução cultural e de costumes” (JENKINS, 2009) está o conteúdo disponibilizado pelo sistema de *streaming*, serviço que cresce significativamente a cada ano e já é apontado como um possível sucessor da TV tradicional – especialmente pela inovação no *modus operandi* e *faciendi* de se entender a ficção em TV como a conhecemos.

Entre esses serviços, o de maior sucesso e visibilidade é o Netflix. Com mais de 60 milhões de usuários no mundo, dos quais 2,5 milhões estão no Brasil, a estimativa é que já no próximo ano o serviço terá mais “audiência” do que o conjunto das principais emissoras de TV aberta nos EUA. Segundo o analista financeiro Barton Crockett³, a previsão é que em 2016 “a audiência do serviço de streaming Netflix ultrapasse o público total das emissoras ABC, NBC, CBS e Fox”.⁴ *Orange Is The New Black* (OITNB) e *Sense8*, exemplos analisados aqui, são duas das séries originais produzidas e exibidas pela Netflix.

Na lógica de produção da ficção seriada via *streaming* o que se destaca é que os padrões, em termos de qualidade e investimento financeiro, são muito semelhantes aos das realizações de séries na TV a cabo. *House of Cards*, da Netflix, pode ser considerada uma super-produção comparável às séries televisivas mais caras: o custo foi de 100 milhões de dólares por duas temporadas de 13 episódios cada⁵, com uma média de custo de 3,8 milhões de dólares por episódio. As séries produzidas pelo canal fechado HBO, em contrapartida, têm episódios que custam em torno de 3 a 5 milhões de dólares (como *True Blood* e *Boardwalk*). Outro ponto inovador é o que faz a Amazon Instant Video na ficção seriada em *streaming*: ela utiliza (diferentemente da Netflix) a lógica de aceitação do público e da crítica na temporada de pilotos que lança aos espectadores em potencial.

3 Economista do banco de investimentos FBR Capital, Crockett levou em consideração o fato de que o público do Netflix cresce 40% ao ano. Também usou a informação de que 10 bilhões de horas de vídeo foram acessadas nos quatro primeiros meses de 2015. Fonte: Revista Meio e Mensagem. Disponível em: <<http://migre.me/qMBbl>>. Acesso em: 30 jun. 2015.

4 Idem.

5 Aqui não foram calculados os valores da terceira temporada

Se o piloto de uma série é bem avaliado, promete audiência cativa e mostra-se lucrativo, a empresa autoriza (quase sempre) a criação de novos episódios e temporadas (foi assim, por ex., com *Transparent*⁶).

Já a lógica de exibição é inovadora por disponibilizar todas as temporadas de algumas das séries⁷ (como é o caso das analisadas) de uma só vez. Essa estratégia revoluciona toda e qualquer experiência que se tinha com a exibição semanal ou diária das séries e seriados. Tendo uma temporada, com todos os episódios já gravados e acessíveis, o espectador torna-se o único responsável pela forma como frui essas produções. Essa tática já começa a fazer o caminho inverso indo para a TV tradicional, mas de modo tímido e pontual. Em 2013, a ABC fez algo parecido com o piloto de *Siberia*, disponibilizando-o na íntegra para internautas nos EUA, antes da estreia no canal. E, no Brasil, a microssérie *Amorteamo*, do horário das 23h, teve seus primeiros minutos ineditamente exibidos no site da Rede Globo (Gshow.com), no dia da estreia (10 de junho de 2015), às 7h da manhã. E já há informações de que algo parecido ocorrerá com *Totalmente Demais*, telenovela das 19h (estreia em Nov./2015).

E, finalmente, na lógica de consumo encontramos três características que merecem a reflexão: a prática do *binge-watching*, a potencialização da reassistibilidade e o surgimento de um tipo novo de receptor. O fenômeno do *binge-watching* (JENNER, 2014) é o hábito cada vez mais frequente de ver todos os episódios de uma série de uma única vez e, no caso das ficções originais e inéditas, ele é diferente já que não se trata de uma mera maratona ao assistir DVDs de uma obra já encerrada ou acompanhar *streamings* de produções já exibidas na TV⁸. A reassistibilidade (MITTELL, 2011) é potencializada já

6 Esta série é outro exemplo de produção que trata da transgeneridade como mote principal. Nela são apresentados os momentos de transição na vida de Maura Pfefferman, nascida Morton (interpretada por Jeffrey Tambor), e suas relações familiares com os filhos e ex-esposa na sua nova fase de plenitude como mulher trans.

7 Há algumas exceções como *Um drink no Inferno* e *Better Call Saul*, exibidas semanalmente pela Netflix.

8 Numa tentativa de especificar o que se entende por *binge-watching*, a própria Netflix realizou (por meio da Harris Interactive, empresa de pesquisa de mercado), em novembro de 2013, um *survey* online com 3.708 adultos a partir de 18 anos (nos EUA) perscrutando a forma como eles consumiam o serviço de TV por *streaming*. De acordo com os dados veiculados, 73% dos entrevistados entendem o *binge-watching* como uma atividade de consumir entre 2 a 6 episódios de uma mesma série de uma única vez, de uma “única sentada” em frente ao computador ou à TV com acesso ao site. Do total de entrevistados, 79% dizem que assistir a série dessa maneira a torna melhor ou mais interessante e 61% deles fazem isso de modo regular ao consumirem os episódios. Estes espectadores, como a imprensa norteamericana já começa chamar, são os *binge-watchers*. Disponível em: < <http://migre.me/qst3z>>. Acesso em: 12 out. 2014.

que não há a necessidade de se esperar um novo episódio diário ou semanal: basta apenas um clique e todo o conteúdo estará acessível outra vez. Reassistir produz novas leituras da narrativa que, talvez, numa primeira fruição não são tão nítidas. Em outras palavras, assistir pela primeira vez no ritmo do *binge-watching* pode trazer experiências estéticas ligadas à emoção, à curiosidade, à surpresa, ao suspense, à ânsia em chegar ao final dos conflitos intra e inter-capitulares e ao fechamento do arco dramático da temporada. Já reassistir uma obra via *streaming*, produz ressignificações que dão ao fruidor um olhar mais apurado, garantindo a experiência de antecipar o que já foi visto, perscrutando outros caminhos possíveis pelos bosques ficcionais da trama e descobrindo novos elementos diegéticos ainda não apreendidos (SILVA, 2015).

Por sua vez, o novo espectador é aquele que domina o seu ritual de consumo, acionando o que, como, quando e onde irá assistir a sua ficção seriada nos canais de *streaming*, podendo acelerar este processo, retardá-lo ou revisitá-lo quantas vezes quiser e sem o aval da grade fixa de horários de uma emissora (INOCENTI; PESCATORE, 2014). Além dos serviços citados (Netflix e Amazon Instant Video), outras empresas como Hulu, Crackle e Yahoo! Screen também oferecem ficção seriada originalmente produzida e exibida por seus serviços de *streaming* – com acesso restrito a alguns territórios.

Visibilidade da transgeneridade no audiovisual

Corpos abjetos são aqueles não aceitos pelos padrões socio-culturais de uma determinada sociedade e/ou época. Em geral, são tidos como “corpos monstruosos”. Como explica Louro (2004, p. 76) “Ao longo dos tempos, os sujeitos vêm sendo indicados, classificados, ordenados, hierarquizados e definidos pela aparência de seus corpos; a partir dos padrões e referências das normas, valores e ideias da cultura. Então, os corpos são o que são na cultura”.

O termo abjeto é utilizado, sobretudo a partir da proposição de Judith Butler. Embora imediatamente associado às questões que envolvem as identidades de gênero, o termo não se restringe a essa questão, mas a todo e qualquer processo de “injúria” ligado ao corpo. Como afirma a autora, “[...] o abjeto para mim não se restringe de modo algum a sexo e heteronormatividade. Relaciona-se a todo tipo

de corpos cujas vidas não são consideradas ‘vidas’ e cuja materialidade é entendida como ‘não importante’”. (BUTLER, 2002, p. 161).

É importante destacar que, na perspectiva de Butler (2002; 2003), abjeção é um processo discursivo – os corpos não vivem fora dos discursos. É justamente por esse motivo que as representações sobre os corpos (e suas identidades) nos conteúdos midiáticos é tão relevante. Quando se trata do conteúdo audiovisual e seu limiar tênu com a “vida real” (mesmo nos conteúdos fictícios) isso fica ainda mais evidente. Tanto na ficção quanto na vida cotidiana, os discursos, as representações sobre os corpos que se diferenciam dos padrões determinados implica na rejeição ou aceitação da diferença. Quando a diferença é vista como abjeta isso significa, conforme Butler (2003, p. 39) que “[...] certos tipos de ‘identidade’ não possam ‘existir’ - isto é, aquelas em que o gênero não decorre do sexo e aquelas em que as práticas do desejo não ‘decorrem’ nem do ‘sexo’ nem do ‘gênero’”.

Aqui se enquadrariam as chamadas “sexualidades desviantes”, como os transgêneros e transexuais que subvertem as lógicas binárias de masculino/feminino, hetero/homossexualidade. Os conteúdos midiáticos, especialmente os audiovisuais, são espaços privilegiados de circulação de identidades, de construção, reforço e/ou problematização de representações ligadas aos corpos. No que se refere aos corpos trans, essas representações são ainda escassas e, muitas vezes, reforçadoras dos padrões binários e de estereótipos. A invisibilidade também é uma forma de representação e no caso das identidades trans, sua presença nos conteúdos audiovisuais é ainda bastante escassa. Um estudo realizado pela *University of California’s Annenberg School for Communication and Journalism*⁹ com os 700 filmes de maior bilheteria exibidos entre 2007 e 2014 evidencia essa lacuna. Dos 4.610 personagens que tinham pelo menos uma fala nos 100 filmes de maior bilheteria em 2014, nenhum deles era transgênero. Vale destacar ainda que somente 19 deles não eram heterossexuais, sendo quatro lésbicas, dez gays e cinco bissexuais.

Na ficção seriada televisiva, pesquisa realizada por Colling (2010) com as telenovelas brasileiras produzidas pela Rede Globo e exibidas no período de 1998 a 2008 evidencia realidade não muito distinta do cinema americano. Nas 10 telenovelas analisadas, foram encontrados 21 personagens que podem ser vistos na perspectiva de

9 Inequality in 700 Popular Films: Examining Portrayals of Gender, Race, & LGBT Status from 2007 to 2007 to 2014. Disponível em: <<http://migre.me/raL0b>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

corpos abjetos (não especificamente trans) uma vez que o foco da pesquisa eram personagens não-heterossexuais. A principal constatação de Colling (2010) é que “a heteronormatividade, motor da homofobia, não foi transgredida nem na performatividade de gênero e nem pelos corpos”. Deste modo, as telenovelas perdem a oportunidade de tensionar representações mais complexas e ampliar a visibilidade das identidades que fogem ao padrão heteronormativo.

Nas séries de TV, ao menos aparentemente, personagens trans recebem mais visibilidade. Embora não tenhamos encontrado estudo que aponte o índice dessa visibilidade, não afirmamos que ele seja ideal ou mesmo significativo. Há estudos que apontam para o desequilíbrio de equidade de gêneros nas séries de TV, o que certamente inclui as identidades trans. Porém, é possível observar, ainda que sem a sustentação de pesquisas, certa visibilidade. Citamos como exemplo a série *New Girls on the Block* produzida e exibida pelo Canal Discovery Life a partir de abril de 2015. A série apresenta as histórias de seis mulheres que acabaram de fazer sua transição e como está sendo sua vida em família.

Dentro desse cenário, destacamos as séries aqui escolhidas como objetos de análise: *Orange Is The New Black* e *Sense8*, ambas com personagens trans em seus núcleos protagonistas. Séries que têm recebido boa aceitação de público e de crítica e que trazem duas atrizes trans no papel de mulheres trans. Vida e ficção se confundem, mas também oportunizam uma ampliação na visão das identidades. Sophia e Nomi (OITNB e *Sense8*, respectivamente) evidenciam o que aponta Almeida (2012, p. 516) quanto ao cotidiano das pessoas trans. Estas podem ser definidas como aquelas que: “[...] em diferentes contextos sociais e culturais, conflituam com o gênero (com que foram assignadas ao nascer e que foi reiterado em grande parte da socialização delas) e, em alguma medida (que não precisa ser cirúrgica/química), decidem modificá-lo”. São pessoas que enfrentam dificuldades em viver plenamente em uma sociedade cis-heteronormativa.

Reconhecendo que o conteúdo audiovisual é uma importante instância promotora de representações sobre o outro e tendo em mente, como propõe Butler (2003), que precisamos ampliar nossa visão sobre as identidades muito além dos binarismos, OITNB e *Sense8*, através de Sophia e Nomi, são uma possibilidade de discutirmos as tradicionais (e estereotipadas) visões sobre o que é ser homem e

o que é ser mulher. Foi esta perspectiva que norteou nossa análise, destacada a seguir.

Nota metodológica: a teoria das representações sociais

As representações sociais são entendidas como o estudo que perscruta como se formam e como funcionam os sistemas de referência que utilizamos para classificar, categorizar e compreender pessoas e grupos, além de ser uma das bases para interpretar os acontecimentos da realidade cotidiana. A diferença que pode nos parecer estranha, abjeta e perturbadora (pelo simples fato de desafiar a ordem normativa) tem também algo a nos ensinar sobre a maneira como as pessoas pensam e o que as pessoas pensam. Estas representações elaboram conceitos e imagens para reproduzi-los no mundo exterior, não ficando restritas aos indivíduos que as pensam (MOSCOVICI, 2004, p. 78).

O conceito de representação coletiva tem seu embrião na sociologia, nos estudos de Durkheim, mas é em Moscovici que seu desenvolvimento, especialmente a partir da Psicologia Social, recebe os contornos e a significação que temos dele hoje (tendo Jodelet como sua principal colaboradora na sistematização do campo). É com este pensador que o foco das representações sociais fixa-se no estudo da contemporaneidade (MOSCOVICI, 1984, p.18 *apud* SÁ, 1995, p. 22). Dessa forma, o que aqui nos importa é a qualidade dessas representações e não apenas a visibilidade e a presença das personagens trans, mas sim o modo, a forma e o como são apresentadas estas personagens, suas ações, seus contextos dramáticos, etc.

Assim, a primeira categoria de análise das cenas é o *nível de compreensão das representações*. Este nível pode ocorrer em três formações: o nível meta-teórico, o nível teórico e o nível fenomenológico (WAGNER, 1995). O primeiro diz respeito a um nível mais abstrato já que nele estão as críticas, refutações e revisões aos postulados fundacionais e teóricos da própria teoria das representações sociais. O segundo é que se refere das definições conceituais e metodológicas, onde a representação social é tomada como teoria e a elaboração de construtos instrumentais teórico-práticos são pensados. E o terceiro é aquele no qual as representações sociais são lidas como um fenômeno que existe, que pode ser estudado, analisado, observado, descrito, interpretado. É neste último nível que a análise empreendida aqui se encontra.

Não menos importante e intimamente ligada às pesquisas sobre comunicação midiática está a categoria do *nível de comunicação das representações*, pois ele compreende o nível da emergência das representações, o nível dos processos de formação das representações e o nível das dimensões das representações (JODELET, 1993, p. 12). No nível da emergência das representações as condições afetam os aspectos cognitivos de modo direto (seja pela forma de apreensão da comunicação analisada, pelas distorções e limitações das informações apreendidas, a preferência parcial em focar determinada característica do objeto analisado em detrimento de outra, etc.). No nível dos processos de formação das representações entra a interdependência entre pensar as representações sociais e as condições sociais de realizar este exercício (voltando-se aos planos do agenciamento dos conteúdos, das significações e da utilidade da análise). Já o nível das dimensões das representações foca na dimensão midiática percebendo a influência na edificação das condutas, ou seja, a opinião, a atitude, e o estereótipo (tensionando a difusão destas comunicações com a formação das opiniões, a propagação com as atitudes e a propaganda com os estereótipos). É neste nível das dimensões das representações que o foco da análise recai de modo explícito.

Seguinte a isso, e sabendo que as funções das representações sociais estão voltadas a contribuir com os processos de formação de condutas e a orientar as comunicações sociais, é preciso categorizar estas *funções da representação* em quatro: função de saber, função identitária, função de orientação e função justificadora (ABRIC, 2000). A primeira função ocorre quando as representações permitem compreender, explicar e interpretar a realidade; a segunda define a identidade e permite a proteção da especificidade dos grupos (fazendo a manutenção, quando possível, de uma imagem positiva); a terceira é aquela que permite que as representações orientem e guiem os comportamentos e as condutas dos indivíduos à ação, à transformação; e a quarta dá o aval às tomadas de posição e comportamentos assumidos pelos sujeitos e seus grupos. Variando entre uma maior ou menor intensidade, todas estas quatro funções se mostram na análise das personagens em seus contextos dramáticos.

Por fim, pensar as representações sociais a partir da ficção seriada via *streaming* mostra-se como um exercício potencial de entendimento da qualidade das representações da transgeneridade a partir da cultura audiovisual. E, para além da aplicação desta teoria e

suas categorias no campo antropológico e psicossocial, por exemplo, a mídia apresenta-se como um espaço significativo destas discussões (JODELET, 1993, p. 12). Como forma de ilustrar os resultados da análise, também são apresentados seis quadros contendo as categorias já citadas junto à descrição da cena, nº do episódio e temporada, título do episódio em inglês e português, o tema e os subtemas que mais se destacam e uma breve explicação sobre as lógicas de produção, exibição e consumo da série em questão.

Sophia Burset - “Orange is the new black” (OITNB)

Lançada em 11 de julho de 2013, OITNB é uma dramédia que conta a vida de Piper Chapman (Taylor Schilling), jovem da classe alta, condenada à prisão por tráfico de drogas e lavagem de dinheiro. A série tem três temporadas produzidas e disponibilizadas aos usuários do serviço, respectivamente em 2013, 2014 e 2015, e uma quarta temporada já confirmada para junho de 2016. Cada temporada conta com 13 episódios que têm cerca de 50 minutos de duração cada. Centrada no universo prisional feminino, OITNB mostra o cotidiano de Piper e diversas outras mulheres na prisão bem como, pelo recurso de *flashbacks*, um pouco de suas vidas antes da prisão. A história é baseada no livro homônimo de Piper Kerman, que conta sua verídica história de passagem pelo sistema correcional americano ao longo de 13 meses. Ao longo das temporadas, vamos conhecendo melhor cada uma das mulheres que estão na fictícia prisão de Litchfield. A estrutura narrativa vai progressivamente se distanciando da lógica de uma protagonista (Piper) para evidenciar uma gama de personagens complexas e que tensionam a perspectiva de heróis x vilões da grande maioria das narrativas audiovisuais. Entre essas personagens encontramos Sophia Burset (fig. 1), uma das primeiras personagens transexuais de uma série a ser vivida por uma atriz trans.

Sophia Burset (Laverne Cox) é uma transexual negra e trabalha como cabeleireira na prisão. Antes do ingresso na prisão, pelo recurso do *flashback*, sabemos que seu nome era Marcus, atuava como bombeiro e é casado com Crystal com quem tem um filho, Michael. Marcus realiza a cirurgia de mudança de sexo, com o apoio da esposa, mas os custos para a transição se tornam caros, perde o emprego e para pagar as dívidas, passa a roubar cartões de crédito. O filho, que não aceita sua nova identidade, a denuncia e ela vai parar na prisão.

Esta personagem representa uma significativa inovação nas narrativas de ficção seriada, pois como afirmam Montoro e Dala Senta (2015, p. 15) “[...] uma personagem transexual negra, com destaque na trama, é algo raro nas mídias de massa”. Além disso, como seu corpo é mostrado várias vezes na narrativa, “[...] as tomadas com seu corpo nu permitem que o espectador se familiarize com a estética trans, sem retoques, sem disfarces, sem farsas”. Outro aspecto a ser destacado é o fato de a personagem manter seu relacionamento com sua esposa, demonstrando que sua transição não implica em outra orientação sexual. Deste modo, a personagem contribui para problematizar as noções binárias que envolvem as identidades de gênero. “Sophia transita pelas instâncias do masculino e do feminino com fluidez, não no intuito de produzir identidades fixas, mas de transformar imagens enraizadas no imaginário de gênero”. (MONTORO; DALA SENTA, 2015, p. 15).

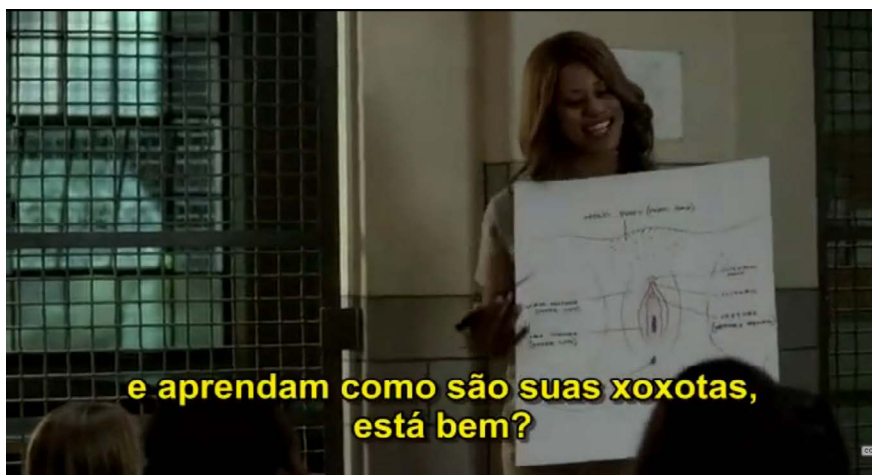


Figura 1- *Frame* de OITNB - Sophia Burset

Descrição da cena: 2ª temp. – 4º ep. - OITNB Durante a refeição, algumas das detentas entram num curioso debate: a vagina tem quantos “buracos”? O “buraco” do xixi é o mesmo “buraco” por onde saem os bebês? Com opiniões distintas e afirmações diversas, elas resolvem ir ao banheiro para conferir. Sophia chega, entende a situação e oferece uma breve explicação sobre o assunto. Vendo que as dúvidas eram grandes, ela resolve dar uma aula sobre autoconhecimento do corpo da mulher e as zonas erógenas. Baseando-se em sua experiência como mulher transexual já transicionada, ela chega a brincar com episódio dizendo que seu conhecimento vem do fato de ela mesma ter “desenhado” sua própria vagina (numa clara referência à cirurgia de redesignação sexual). A ideia de corpo abjeto (como aquele que foge à norma e é visto como desprezível, estranho e pecaminoso) é ressignificada pela experiência de vida de Sophia com as presidiárias.	Nome do episódio (ing./port.): • “A whole other hole” • “O buraco é mais em cima” Tema em destaque: • Autoconhecimento do corpo da mulher e o prazer. Subtemas: • Empoderamento feminino. • Readequação/afirmação de gênero por meio de cirurgia. • Sororidade entre mulheres trans e cis
Nível de compreensão da representação: Nível fenomenológico (já que é possível sectionar uma cena dentro todo o episódio e analisá-la pontualmente, tentando interpretar situações reais em uma representação na ficção seriada).	
Nível de comunicação da representação: Nível das dimensões da representação. Aqui há duas dimensões que se mostram claras: na primeira, durante a conversa das outras detentas, a figura de Sophia é secundária, mas nem por isso é desautorizada (por ser trans e não cis) quando o assunto é o autoconhecimento do corpo da mulher. A segunda é o momento importante, mas rápido, da aula que a personagem dá: num salão que representa uma possível classe, as detentas são as alunas que estão sentadas atentas e a figura central é a “professora” Sophia que, além de conhecer teoricamente o assunto (expondo uma ilustração da vagina), tem a vivência de uma mulher que passou pelo período de transição e pela cirurgia de redesignação sexual. A atitude da personagem demonstra a possibilidade de uma sororidade entre mulheres independentemente da identidade e da expressão de gênero.	
Funções da representação: A função do saber desvela-se como modo de compreender a realidade infeliz da representação de muitas mulheres que desconhecem seu próprio corpo e não têm o costume do auto-toque (como a masturbação, por exemplo). Já a função da identidade reforça a mulher trans como uma mulher consciente de sua identidade de gênero tanto quanto as mulheres cis (tendo no exemplo até mesmo um conhecimento maior sobre a anatomia feminina). As funções de orientação e a de justificativa apresentam uma personagem que quebra os estereótipos da mulher trans representada na mídia (quase sempre como ridicularizada, prostituída ou fetichizada). Aqui a mulher trans é informada e compartilha o conhecimento do que é ser mulher para além da mera genitalização: ser mulher é um construto social que passa pela sociabilidade e compreensão de que elas são as únicas donas dos seus corpos (mesmo que estejam sob custódia do Estado).	
Lógica de Produção: padrão similar de produção em TV tradicional, cenas em estúdio, cenas externas.	
Lógica de Exibição: disponibilização imediata de temporadas completas (legendadas e dubladas).	
Lógica de Consumo: possibilidade de <i>binge-watching</i>, potencialização da reassistibilidade e criação do <i>new viewer</i>.	

Descrição da cena: 1ª temp. – 2º ep. - OITNB A história de Sophia é contada em <i>flashbacks</i> a partir de duas narrativas imbricadas: o seu processo de transição e o que a levou a ser presa. Ainda vestindo-se e agindo como o gênero que lhe foi designado a nascer, a personagem aparece como o bombeiro Burset. Ela cometeu fraudes com os cartões e informações das vítimas que atendia para financiar seu tratamento de feminização e hormônios. O conflito se instaura ainda mais quando ela revela seu verdadeiro gênero para a mulher e o filho. A esposa a auxilia nesta fase, mas as relações familiares se estremece. Durante o episódio, Sophia tem problemas para conseguir seus hormônios enquanto está sob a custódia do Estado.	Nome do episódio (ing./port.): • “Lesbian request denied” • “Pedido lésbico negado” Tema em destaque: • Transição de gênero. Subtemas: • Relações familiares e afetivas • Passabilidade trans
Nível de compreensão da representação: Nível fenomenológico (já que é possível sectionar uma cena dentro todo o episódio e analisá-la pontualmente, tentando interpretar situações reais em uma representação na ficção seriada).	
Nível de comunicação da representação: Nível das dimensões da representação. O transicionar da mulher trans é o tema que mais se destaca na representação da personagem: ele é motivo de três conflitos na vida de Sophia. Ela vive seu próprio conflito com o corpo e o gênero que lhe foi imposto (a disforia), isso se desdobra com as relações familiares na compreensão do que se passa, por fim, as dificuldades que ela tem para que o processo de transição ocorra sem sobressaltos na cadeia só realça a aura de patologização ainda presente ao redor da transgeneridade.	
Funções da representação: A função de justificativa é a mais relevante e causa obnubilação às outras funções. Ela possibilita o processo de projeção-identificação na personagem e o público receptor. São compreensíveis os atos criminosos que levaram Sophia à prisão, as atitudes que ela toma para ser atendida pela médica (simulação de emergência) e a tentativa de pressionar a esposa a trazer escondido os seus hormônios. A representação dessa função é justificada na disforia de gênero vivenciada durante todo o processo de sua transição.	

Descrição da cena: 3ª temp. – 12ª ep. - OITNB Depois de um desentendimento com Gloria, Sophia começa a ser perseguida pelas outras detentas que iniciam uma campanha transfóbica contra ela. O auge das ofensas acontece quando três mulheres entram em seu salão improvisado, exigem ver se ela “realmente é mulher” (se fez a cirurgia) e a agredem covarde e fisicamente. Sem socorro, ela desabafa depois com irmã Jane que nunca será vista como uma mulher, mas como uma aberração frente aos cisgêneros. Para piorar ainda mais a situação, Sophia é levada para a solitária com a desculpa de que lá estará protegida das outras presidiárias.	Nome do episódio (ing./port.): • “Don’t make me come back there” • “Não me faça ir aí” Tema em destaque: • Transfobia. Subtemas: • Readequação/afirmação de gênero por meio de cirurgia. • Socialização entre as mulheres cis e trans
Nível de compreensão da representação: Nível fenomenológico (já que é possível sectionar uma cena dentro todo o episódio e analisá-la pontualmente, tentando interpretar situações reais em uma representação na ficção seriada).	
Nível de comunicação da representação: Nível das dimensões da representação. As dimensões são tripartidas nesta sequência cênica. Num primeiro momento a identidade de gênero de Sophia não só é desacreditada (vista como um “engodo para tirar vantagem”) como é ligada à cirurgia – percebida como único meio “legítimo” de aferição da transgeneridade. Na segunda dimensão é possível ver uma tentativa de socialização com outra mulher cis que se restringe ao mero diálogo, já que a freira não se posiciona a seu favor no momento em que a detenta é levada para a solitária (algo que irmã Jane reconhece e se arrepende). No terceiro momento a simples presença de uma mulher trans não apenas pode provocar violência simbólica e física à sua integridade, como também é uma ameaça à ordem do lugar: ela é retratada do convívio com as outras mulheres. Nos três momentos a identidade de Sophia é vista como uma farsa e é perigosa: ela desafia as normas ao dar visibilidade à ocupação dos corpos trans naquele espaço e é punida por isso de modo vil e ainda oficial.	
Funções da representação: A função do saber é apresentada pela negativa ou ignorância acerca da transgeneridade por parte das mulheres cis que agredem Sophia – a personagem destaca esta questão quando tenta explicar (já não bastasse a sua presença no presídio) o que ela é: uma mulher. A função da identidade é reafirmada quando do comentário da personagem que se percebe diferente daquele grupo, se vê excluída, mesmo que suas tentativas de inclusão sejam feitas pela constante sociabilidade (inclusive no salão) e pela passabilidade que ela apresenta (o “quão” feminina ela se mostra às outras presidiárias). As funções de orientação e justificativa aparecem de modo não muito nítido, deixando a leitura das representações não muito objetivas nestas duas funções.	

Nomi Marks– “Sense8”

Sense8 é uma série dramática de ficção científica, produzida pelos irmãos Andy e Lana Wachowski¹⁰ (*Matrix*) e J. Michael Straczynski (*Babylon 5*). Lançada em 05 de junho de 2015, a primeira temporada tem 12 episódios com uma hora de duração cada. No dia 08/08, a empresa Netflix confirmou a renovação da série para uma segunda temporada em 2016 (data nada aleatória: é justamente o dia de nascimento dos oito protagonistas da trama). A narrativa acompanha oito desconhecidos que passam a compartilhar sentimentos e habilidades enquanto tentam evitar seu extermínio¹¹. Os personagens vivem em lugares diferentes do planeta e, aos poucos, percebem que têm profunda conexão, são sensates e estão unidos pelo nascimento, por uma misteriosa morte e um grupo que começa a persegui-los, possivelmente para serem estudados ou manipulados para algo. Os oito sensates são: Capheus (Aml Ameen), motorista de ônibus em Nairóbi, Riley

10 Lana é uma mulher trans e lésbica que passou por sua aceitação e transição especialmente a partir de 2012.

11 Sinopse da própria Netflix. Disponível em: <<https://www.netflix.com/br/title/80025744>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

(Tuppence Middleton), uma DJ islandesa que vive em Londres, Wolf (Max Riemelt), um arrombador de cofres berlinense, Will (Brian J. Smith), policial de Chicago, Lito (Miguel Ángel Silvestre), astro da TV e cinema mexicano, Sun (Doona Bae) empresária e lutadora de *kickboxe* de Seul, Kala (Tina Desai), indiana prestes a se casar conforme as tradições locais e, finalmente, a transexual e *hacker* Nomi Marks (vivida pela atriz transexual Jamie Clayton).

Nomi (fig. 2) é uma ativista política da causa LGBT e vive em São Francisco com a namorada. Sofre com o preconceito da mãe que não aceita sua transformação e continua a chamá-la pelo nome de batismo. É a primeira dos personagens a ser perseguida pelo grupo que possivelmente está por trás de todo o mistério. A personagem protagoniza alguns dos momentos mais dramáticos da série. Numa conversa com Lito, que não aceita sua homossexualidade, Nomi conta como foi agredida não apenas verbalmente, mas também fisicamente em sua adolescência. Por intermédio dela, muitos dos preconceitos vividos por pessoas trans são representados. Nomi, diferentemente de Sophia, vem de uma família branca de classe média rica. E mesmo que essa situação a favorecesse quando de suas atitudes ilegais como *hacker* (especialmente acerca da invasão da rede de computadores do Pentágono durante a guerra do Iraque), ainda assim, a transfobia sofrida dentro de casa aumentou a disforia de gênero enfrentada pela personagem.

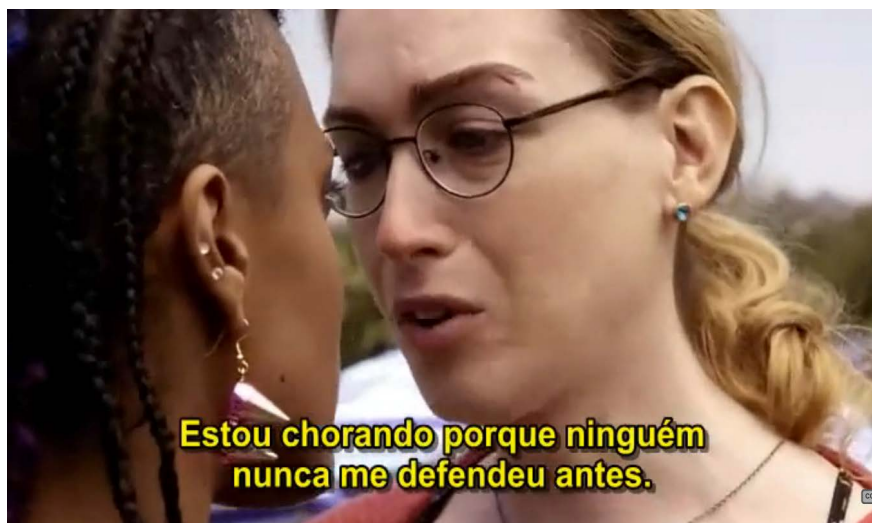


Figura 2 - Frame de *Sense8* - Nomi e Amanita

Descrição da cena: 1ª temp. – 1º ep. - SENSES As vésperas da Parada de Orgulho LGBT em São Francisco, Nomi e Amanita passeiam e relembram a Parada do ano passado. Em <i>flashbacks</i>, é possível ver Nomi sendo apresentada para as amigas de Amanita. O momento é de tensão: ao invés de uma recepção calorosa, as amigas de sua namorada são na verdade TERFs: <i>trans-exclusionary radical feminism</i> (feministas radicais que excluem as transexuais do movimento, discriminando especialmente as AMABs – <i>assigned male at birth</i> - mulheres trans designadas homens ao nascer). Após ser ofendida, sua namorada enfrenta as amigas e corre em direção a Nomi que chora muito. Questionada sobre o porquê de seu choro, ela explica que o motivo não é a ofensa, mas a forma como Amanita a defendeu. Pela primeira vez ela se sentiu cuidada e amada por alguém.	Nome do episódio (ing./port.): • “<i>Limbic resonance</i>” • “<i>Ressonância límbica</i>” Tema em destaque: • Transfeminismo <i>versus</i> TERFs. Subtemas: • Empoderamento feminino. • Diferença entre orientação sexual e identidade de gênero. • TERFs e ausência de sororidade
Nível de compreensão da representação: Nível fenomenológico (já que é possível sectionar uma cena dentre todo o episódio e analisá-la pontualmente, tentando interpretar situações reais em uma representação na ficção seriada).	
Nível de comunicação da representação: Nível das dimensões da representação. A representação da mulher transgênero opera em duas dimensões nesta cena: a de valorização positiva e a de valorização negativa. A positiva ocorre na apresentação de uma personagem complexa (nível diagético) e comum (caracterização de um personagem do cotidiano), onde os aspectos de sua transição não são mostrados como parte de um indivíduo em processo: ela vive de forma plena sua identidade de gênero. Nomi tem uma namorada, uma vida, qualidades, defeitos, profissão, hobbies, etc. A valorização negativa ocorre pela negação e pela ausência na figura do discurso transfóbico das TERFs. Ao ser comparada a um homem de saias que tenta roubar o protagonismo das “mulheres de verdade”, sua identidade de gênero é diminuída ao <i>status</i> de simulacro, fingimento, falsidade, mentira, algo que lhe falta. Todavia, há uma reviravolta dramática na cena que finaliza a cena com a valorização positiva: a defesa de Amanita e o sentimento de pertencimento e amor vivenciado por Nomi em relação à sua namorada (pertencimento que também se estende, futuramente, à mãe de Amanita).	
Funções da representação: Entre as quatro funções da representação, a função de saber tem maior destaque. Ela é subdividida em duas partes. A primeira mostra o didatismo implícito que é apresentado ao espectador da série que, naturalmente, é levado a compreender a diferença entre a identidade de gênero (transgêneridade) e a orientação sexual (lésbica – no caso de Nomi). A segunda está relacionada ao oposto do conhecimento: a ignorância das TERFs em reconhecer Nomi como mulher e à negação ao compartilhamento de sororidade com esta personagem. A função de identidade pode ser lida, de modo distorcido, a partir do discurso transfóbico que vê Nomi como uma ameaça que furta o protagonismo identitário das mulheres, feministas, lésbicas e ativistas. Algo totalmente descabido.	
Lógica de Produção: padrão similar de produção em TV tradicional, cenas em estúdio, cenas externas.	
Lógica de Exibição: disponibilização imediata de temporadas completas (legendadas e dubladas).	
Lógica de Consumo: possibilidade de <i>binge-watching</i>, potencialização da reassistibilidade e criação do <i>new viewer</i>.	

Descrição da cena: 1ª temp. – 2º ep. - SENSES Chega o dia da Parada de Orgulho LGBT. Em seu blog, Nomi está terminando de escrever um texto sobre o evento e sobre o orgulho de se aceitar ser quem é. Usando-se de uma fala de S. Tomás de Aquino, ela ressignifica o tema do orgulho que é visto por ele como “a ramha dos sete pecados mortais”. Ao ler em voz alta, o texto ganha ares de discurso: ela não apenas trata de um assunto acerca de sua vida, como também tem reflexos nos outros personagens. Ganha força a ideia de uma vida sem amarras: onde a liberdade e a afirmação de sua identidade de gênero a fazem livre e plena. O orgulho mostra-se como o oposto do medo e da vergonha: ele é o alimento do verdadeiro amor próprio.	Nome do episódio (ing./port.): • “<i>I am also a We</i>” • “<i>Eu também sou nós</i>” Tema em destaque: • Empoderamento da identidade transfeminina Subtemas: • Enfrentamento da sociedade machista, cisnormativa e heteronormativa
Nível de compreensão da representação: Nível fenomenológico (já que é possível sectionar uma cena dentre todo o episódio e analisá-la pontualmente, tentando interpretar situações reais em uma representação na ficção seriada).	
Nível de comunicação da representação: Nível das dimensões da representação. A dimensão ocorre em três momentos de representação. A representação no nível individual: Nomi retrata sua vida, os dizeres de sua mãe e de S. Tomás de Aquino (filósofo que sua mãe usava para oprimi-la) acerca do orgulho de sua identidade de gênero como mulher trans. A representação no nível coletivo: no decorrer de sua leitura, os outros sete personagens que passam por problemas em suas vidas (e, de alguma forma, são ligados não apenas pelo discurso libertador, como pela conexão que possuem por serem <i>seniores</i>). E a representação que opera na via dupla da projeção – identificação por parte do espectador, já que ele – especialmente pela catarse – irá experimentar a fala de Nomi em sua vida.	
Funções da representação: A função identitária é de longe a mais representativa, já que ela se liga às duas primeiras dimensões da representação citadas acima. A função de identidade reafirma sua identidade de gênero, o orgulho de ser Nomi Marks e não Michael Marks e a libertação das amarras em uma sociedade cisnormativa. De igual forma, a função identitária também promove a reflexão sobre as dificuldades vividas, por exemplo, por Sun (sociedade machista <i>versus</i> empoderamento feminino), Kala (a decisão de viver uma vida com o homem que ama ou com o homem que casará sem amor) e Lito (sociedade heteronormativa <i>versus</i> aceitação da homossexualidade). Assim, mesmo com suas diferenças, a identidade do grupo é realçada pela vivência de cada um e a resolução conjunta dos problemas.	

Descrição da cena: 1ª temp. – 9ª ep. – SENSE8 Após o fim do namoro (mantido em segredo) de Hernando e Lito, este último, o galã mexicano, se sente culpado pela situação e por não se assumir. Nomi aparece no local onde o outro <i>sense8</i> está. Contando sua história de vida, ela faz com que Lito reflita acerca de seus valores e sobre a importância de aceitação sobre sua orientação sexual. A história de Nomi diz respeito à sua infância, em <i>flashbacks</i>, quando o pai a obrigava a fazer aulas de natação. Tomar banho no vestiário masculino era muito tenso: ainda no corpo de um menino, Nomi sofria transfobia por parte dos garotos do clube já que ela sempre se banhava vestida. Certo dia, eles obrigaram-na a tirar toda a roupa e seguraram-na sob um chuveiro de água escaldante: Nomi teve queimaduras de terceiro grau por todo o corpo.	Nome do episódio (ing./port.): • “<i>Death doesn’t let you say goodbye</i>” • “<i>A morte não permite despedidas</i>” Tema em destaque: • Autoaceitação Subtemas: • Transfobia e homofobia. • Relações familiares e discriminação social • Superação, resistência e tomadas de decisão.
Nível de compreensão da representação: Nível fenomenológico (já que é possível sectionar uma cena dentre todo o episódio e analisá-la pontualmente, tentando interpretar situações reais em uma representação na ficção seriada).	
Nível de comunicação da representação: Nível das dimensões da representação. A importância da letra T (tão silenciada) na sigla LGBT é a chave de leitura desta cena. Ela propõe a representação a partir da autoaceitação, ligando a experiência de Nomi (ao orgulhar-se de sua identidade de gênero) à experiência de Lito (sobre aceitar sua orientação sexual sendo gay). A interseção na busca por direitos/cidadania LGBT é a representação mais nítida entre os envolvidos nesta sigla. A história de Nomi (especialmente pela violência física que ultrapassa a simbólica) traz a dimensão representativa de uma mulher que enfrenta a sociedade cisnormativa e, serve de estímulo a Lito, para que ele enfrente a sociedade heteronormativa.	
Funções da representação: As funções de maior relevância nesta cena centram-se na orientação e na justificativa. A primeira permite que as representações guiem os comportamentos e as condutas dos indivíduos à ação, à transformação (como Nomi que dialoga com Lito para que ele se assuma) e a segunda dá o aval às tomadas de posição assumidas pelos sujeitos e seus grupos (explicitando a importância de se assumir não apenas para se sentir pleno, como também a leitura da autoaceitação vista como um ato político de ruptura à norma vigente).	

Considerações finais

Não pretendemos, nessas considerações finais, retomar as inferências a respeito dos aspectos abordados e silenciados nas pesquisas sobre a visibilidade e a representação da transgeneridade nas produções audiovisuais de ficção, uma vez que dedicamos aqui um terço da discussão para este fim (no nível teórico e prático da análise). Pretendemos, no entanto, nos ater a algumas considerações que consideramos relevantes nessa reflexão. Entre estes pensamentos, o mais importante é a compreensão das séries *Orange Is The New Black* e *Sense8* como espaços de desconstrução de ideias cristalizadas sobre gênero, especialmente sobre a mulher, sobre a mulher latina e negra, sobre a mulher transexual, sobre as diversas orientações sexuais e formas de coexistência social.

Dessa forma, pode-se dizer que ambas as ficções analisadas são *trans ally*. Em outras palavras, elas são (direta ou indiretamente) apoiadoras da causa trans ao retratar questões como identidade de gênero, orientação sexual, transfobia, corpos abjetos, relacionamentos familiares, empoderamento feminino, passabilidade compulsória, formas de transicionar e patologização da transexualidade em obras ficcionais. No trabalho aqui proposto, com foco sobre as personagens Sophia Burset e Nomi Marks, é nítido que o adjetivo de *trans ally* se solidifica com as representações positivamente multifacetadas, já

que propõem o debate da transgeneridade para além da chacota, da desumanização ou da fetichização das personagens – algo não muito corriqueiro em produções que apresentam estas pessoas sob uma aura fortemente estigmatizante.

O binarismo homem/mulher, imposto cotidianamente desde antes de nosso nascimento, limita as possibilidades de nossa constituição como sujeitos. O que ocorre, em geral, é um processo de naturalização das diferenças. Quando elas se referem aos papéis e atributos de gênero, serão estabelecidos que homens e mulheres (e nada poderia ir além desse binarismo) têm características que lhes são peculiares. Esse processo de naturalização ocorre por intermédio das instituições das quais vamos fazendo parte ao longo da vida, como a família, a escola, a religião e, sobretudo, a mídia. Com seu amplo alcance, os meios de comunicação constituem uma importante mediação na construção dos papéis e representações das identidades de gênero. De um modo geral, os conteúdos midiáticos costumam ignorar, ou ao menos não enfatizar, que entre o masculino e o feminino, categorias que também foram social e historicamente construídas, há uma gama enorme de identidades, de sujeitos não contemplados. No que se refere às identidades de gênero, podemos afirmar que “[...] a mídia é uma esfera social poderosa na construção de sentidos simbólicos – ou seja, a mídia é uma *tecnologia do gênero*”¹² (ALMEIDA, 2007, p. 178).

Como podemos aprender com Sophia e Nomi, “[...] a natureza das dificuldades enfrentadas [pelas pessoas trans] e os dispositivos de enfrentamento não são universais” (ALMEIDA, 2012, p. 516). Por isso mesmo, quanto mais foram evidenciadas as complexidades das identidades pelos conteúdos midiáticos, notadamente os audiovisuais, tanto mais alargaremos as representações sobre a alteridade e o respeito e, quiçá, sua aceitação e compreensão. Por fim, ressalta-se aqui que o autor e a autora deste trabalho são cisgêneros, logo, a intenção está ancorada na promoção da empatia e do debate sobre o tema como aliados e aliadas da causa e não como protagonistas do movimento ou na tentativa da tomada de um lugar de fala que não os pertence. De igual forma, os autores não vivenciam a transgeneridade e a transfobia nos seus cotidianos, por isso, antecipam os pedidos de desculpa caso algum termo, expressão ou reflexão ofenda ou mesmo não condiga com a real experiência das mais diversas pessoas trans tocadas por este texto.

12 Referência da autora ao conceito de Teresa de Lauretis.

Referências

ABRIC, J. C. A abordagem estrutural das representações sociais. In: MOREIRA, A. S. P.; OLIVEIRA, D. C. (Orgs.). **Estudos interdisciplinares de representação social**. 2ª ed. Goiânia: AB, 2000. p. 27-37.

ALMEIDA, G. 'Homens trans': novos matizes na aquarela das masculinidades? **Estudos Feministas**, Florianópolis, 20(2): 256, maio-agosto/2012, p. 513-523. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v20n2/v20n2a12>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

ALMEIDA, H. B. de. Consumidoras e heroínas: gênero na telenovela. **Estudos Feministas**, Florianópolis, vol. 15, n.1. janeiro-abril/2007. p. 177-192.

BUTLER, J. **Problemas de Gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.

_____. Como os corpos se tornam matéria: entrevista com Judith Butler. **Revista Estudos Feministas**. Vol.10 n.1 Florianópolis, Janeiro de 2002.

COLLING, L. A heteronormatividade e a abjeção - os corpos de personagens não -heterossexuais nas telenovelas da rede Globo (1998 a 2008). In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 6, 2010, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2010, p.1-17. Disponível em: <<http://migre.me/rSST0>>. Acesso em: 10 ago. 2015.

ESQUENAZI, J.P. **As séries televisivas**. Lisboa: Texto e Grafia, 2011.

HARAWAY, D. "Gênero" para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 22, p. 201-246, 2004.

INNOCENTI, V., PESCATORE, G. Changing series: narrativa models and the role of the viewer in contemporary television seriality. **Between**, Cagliari (Itália), v. 4, n. 8, set. 2014. Disponível: <<http://ojs.unica.it/index.php/between/article/view/4/1>>. Acesso em: 26 jun. 2015

JENNER, M. Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. **New Media & Society**. Chicago, v. 16, n. 4, jul. 2014. Disponível em: <<http://migre.me/qsPmo>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JODELET, D. Représentations sociales: un domaine en expansion. In: JODELET, D. (Org.). **Les représentations sociales**. Paris: PUF, 1989, p. 31-61. Trad. de Tarso Bonilha Mazzoti, UFRJ, dez. 1993.

LOURO, G. **Um corpo estranho**: ensaios sobre sexualidade e teoria *queer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

MITTELL, J. **Notes on Rewatching**. JustTV, janeiro de 2011. Disponível em: <<http://migre.me/qsQv1>>. Acesso em: 26 jun. 2015.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais**: investigações em psicologia social. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

MONTORO, T. S. ; DALA SENTA, C. R. M. **Orange é o novo gênero**: ressignificações e transsignificações do feminino/masculino em formato televisivo para plataforma web. In: COMPÓS - ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO, 24 2015, Brasília. **Anais...** Brasília: UnB, 2015, p.1-18. Disponível em: <<http://migre.me/rSSxb>>. Acesso em: 05 ago. 2015.

OROZCO GOMES, G. La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red. In: JACKS, N.; MARROQUIN, A.; VILARROEL, L. M.; FERRANTE, N. (Orgs.). **Análisis de recepción en América Latina**: un recuento histórico con perspectivas al futuro. Quito: Editorial Quipus, 2011.

SÁ, C. P. de. Representações Sociais: o conceito e o estado atual da teoria. In: SPINK, M. J. (Org.). **O conhecimento no cotidiano**. São Paulo: Brasiliense, 1995, p. 19-57.

SILVA, A. L. **A prática do binge-watching nas séries exibidas em streaming: sobre os novos modos de consumo da ficção seriada**. In: CONGRESSO INTERNACIONAL EM COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 5, 2015, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ESPM, 2015, p.1-15. Disponível em: <<http://migre.me/rSSsP>>. Acesso em: 22 out. 2015.

WAGNER, W. Descrição, explicação e método em pesquisa das Representações Sociais. In: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.). **Texto em Representações Sociais**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 149-185.

5

HOMENS DA CASA: A DECORAÇÃO COM PERSONALIDADE¹

*Lindsay Jemima Cresto
Marinês Ribeiro dos Santos*

Introdução

Este artigo, como parte de uma pesquisa de doutorado em desenvolvimento, propõe uma discussão sobre as representações de gênero no blog² de decoração Homens da Casa³ e as interações e relações com o consumo, prescrições de identidade e estilos de vida. Idealizado pelo publicitário Eduardo Mendes, para atender a um público presumido como masculino, o blog compartilha sugestões e dicas de decoração com ênfase no conceito do it yourself⁴ (faça você mesmo)

1 Trabalho inscrito para o GT Gênero e Consumo do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

2 O termo blog, de acordo com ZAGO (2008, p. 2) “é uma versão reduzida da palavra “weblog”. “Web” vem de World Wide Web (rede de alcance mundial). O termo é utilizado para se referir à parte gráfica da Internet, o espaço por onde circulam as informações hipertextuais distribuídas em rede através do protocolo http2 . Já “log” vem da prática de se utilizar um bloco de madeira para marcar a velocidade dos navios.

3 O blog Homens da Casa (<http://www.homensdacasa.net/>) foi criado pelo publicitário Eduardo Mendes em 2012. Reúne conteúdo sobre decoração de interiores e objetos com ênfase no conceito DIY e comercialização dos produtos criados pelo publicitário. O blog é objeto de pesquisa de doutorado, que busca compreender como se desenvolvem associações entre identidades, gênero e a decoração.

4 MCKAY, George. DIY culture. Party & protest in nineties Britain. London: New Left Books, 1998.

e se apresenta como um blog de decoração “sem frescura”. Com essa estratégia, Mendes tem a intenção de promover a decoração dos interiores domésticos como um hobby acessível a um público que não possui necessariamente conhecimentos aprofundados sobre design de interiores, mas que se interessa pelas práticas de personalização dos ambientes publicadas no formato passo-a-passo.

Este texto apresenta as discussões realizadas na pesquisa de doutorado em andamento, propondo estudar o blog Homens da Casa desde sua criação até o presente. A pesquisa, com abordagem qualitativa, caracteriza-se como um estudo de caso, pois este “[...] busca examinar um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto.” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 61). Neste artigo, destacamos a seção Leitor porque é de grande importância para o blog, conferindo maior visibilidade aos leitores, estimulando sua participação. Esta seção também afirma os valores e visões do blog, materializando-os nos projetos de ambientes decorados pelos leitores. Buscamos analisar imagens dos projetos publicados na seção Leitor, assim como discursos e termos adotados pelo criador do blog. Esta análise é discutida a partir de uma perspectiva de gênero, procurando refletir sobre afirmações de masculinidade na decoração e as implicações na formação e afirmação de identidades e estilo de vida promovidos pelo Homens da Casa.

Os blogs consistem em um tipo de mídia contemporânea muito popular. A popularização da Internet nos anos 1990 possibilitou a produção e publicação de informações por parte de usuários em espaços de participação como os fóruns e redes sociais. No início da internet, ainda na década de 1990, os sites eram criados como páginas estáticas, editadas por um pequeno grupo de pessoas. Mudanças nos anos 2000, como os conteúdos dinâmicos, atualizações constantes e possibilidades de publicação por parte de um grande número de usuários, transformaram a ideia de páginas para visitação em plataformas de interação (ZAGO, 2008). Inicialmente associados aos diários e relatos pessoais, os blogs ganharam espaço e importância como divulgação de ideias, para promoção profissional, bem como para a divulgação comercial de produtos e serviços.

Os blogs são veículos de publicação digital, comumente associados à ideia de diários virtuais, nos quais um ou mais autores publicam textos, geralmente sobre uma temática específica, em ordem cronológica inversa e de forma frequente. A simplicidade com que se pode

publicar textos em um blog fez com que a ferramenta alcançasse uma relativa popularidade no mundo todo (ZAGO, 2008, p. 2).

Atualmente existem inúmeros blogs de decoração, com temas e abordagens variadas. Alguns deles se tornaram muito populares e são recomendados por revistas de decoração de grande circulação, como Casa Claudia da editora Abril, e Casa e Jardim da editora Globo, que, por sua vez, também apresentam plataformas online. O recurso das ferramentas transmídia associado a títulos reconhecidos contribuiu para dar visibilidade a alguns blogs, como é o caso do Homens da Casa, que já compartilhou matérias da revista Casa e Jardim. Desta maneira, os blogs de decoração e as revistas de grande circulação compartilham conteúdos e dicas, porém com abordagens diferentes. Contudo, vale ressaltar que a maioria dos blogs de decoração são criados e mantidos por mulheres, algumas vezes reforçando uma associação considerada “natural” entre a casa/decoração e o que se entende por “universo feminino”, seja pela forma de abordar o conteúdo, pelo tipo de postagem, ou por compreender que as mulheres necessariamente têm mais afinidade, interesse e conhecimento sobre o assunto.

O Homens da Casa é dividido em algumas seções (figura 1), porém neste artigo damos destaque à seção Leitor, uma coluna mensal na qual são publicadas imagens dos projetos de decoração criados pelos leitores. A seção foi escolhida como recorte neste artigo pela importância atribuída às representações de masculinidade nos discursos e imagens (projetos), recebendo grande destaque no blog.

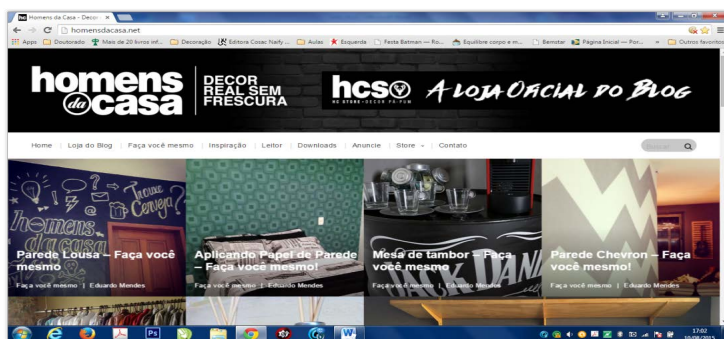


Figura 1 – A página inicial do blog Homens da Casa.

Fonte: Blog Homens da Casa (2015)

Decoração não tem sexo e sim personalidade: a coluna do Leitor

O Homens da Casa é apresentado aos leitores, na página inicial (home), como um blog que

tem uma visão própria sobre decoração através de conteúdo realizável e inspiracional. É um espaço pra conversa informal e divertida, sem amarras ou linguagens técnicas. Decoração não tem sexo e sim, personalidade. Por isso, o Homens da Casa é um espaço universal sob uma visão particular. (HOMENS DA CASA, 2012)

A prática da decoração pode ser discutida a partir de uma perspectiva de gênero, recordando uma longa construção social e cultural da atividade, associada historicamente às mulheres e a uma suposta aptidão natural delas para os cuidados com a casa. Em relação ao blog, percebemos uma estratégia de diferenciação quanto a esta construção, buscando rejeitar o alinhamento com atividades consideradas femininas ou associadas às feminilidades. Assim, a decoração “não tem sexo”, não é somente “coisa de mulher” e não diz respeito apenas às feminilidades. A ideia de que a “decoração não tem sexo” é uma estratégia para desvincular a decoração como atividade desempenhada por mulheres. Esta afirmação é utilizada na apresentação do blog para se distanciar (e rejeitar) da associação entre decoração e feminilidades.

O termo sexo, como utilizado no blog, compreende as mulheres ou o (sexo) feminino, colocando sexo e gênero como sinônimos. Entendemos, neste artigo, sexo e gênero como termos e significados distintos. O termo gênero, segundo Joan Scott (1995), é usado para designar as relações sociais entre os sexos e foi empregado como forma de rejeitar as explicações biológicas que subjugavam e perpetuavam formas de dominação das mulheres, sobretudo em relação à reprodução. Gênero abrange as relações sociais entre os sexos, ampliando a discussão sobre identificação, representação e construção de significados na sociedade, muito além de oposições binárias. O argumento de Joan Scott (1995) é de que o sexo é naturalizado, numa associação com o corpo biológico, enquanto o gênero é identificado com a cultura:

O termo 'gênero', além de um substituto para o termo mulheres, é também utilizado para sugerir que qualquer informação sobre as mulheres é necessariamente informação sobre os homens, que um implica o estudo do outro. Essa utilização enfatiza o fato de que o mundo das mulheres faz parte do mundo dos homens, que ele é criado nesse e por esse mundo masculino. Esse uso rejeita a validade interpretativa da ideia de esferas separadas e sustenta que estudar as mulheres de maneira isolada perpetua o mito de que uma esfera, a experiência de um sexo, tenha muito pouco ou nada a ver com o outro sexo (SCOTT, 1995, p. 75).

Judith Butler (2003, p. 24) questiona a distinção sexo/gênero, que “sugere uma descontinuidade radical entre corpos sexuados e gêneros culturalmente construídos”. O questionamento de Judith Butler implica repensar a visão do sexo como um dado natural e fixo, para entendê-lo como uma construção, assim como o gênero. Em outras palavras, para a autora o gênero não pode ser considerado apenas como uma interpretação cultural de um sexo entendido como natural:

O gênero não deve ser meramente concebido como a inscrição cultural de significado num sexo previamente dado (uma concepção jurídica); tem de designar também o aparato mesmo de produção mediante o qual os próprios sexos são estabelecidos. Resulta daí que o gênero não está para a cultura como o sexo para a natureza; ele também é o meio discursivo/cultural pelo qual ‘a natureza sexuada’ ou ‘um sexo natural’ é produzido e estabelecido como ‘pré-discursivo’, anterior à cultura, uma superfície politicamente neutra sobre a qual age a cultura (BUTLER, 2003, p. 25).

No Homens da Casa, a coluna do Leitor é um espaço que funciona como um canal de comunicação entre leitores/as e deles/as com o criador do blog, Eduardo Mendes. Ainda que no discurso a decoração não tenha sexo, isto é, não possua um gênero definido, na coluna do Leitor há uma definição clara: esta começa na linguagem (o leitor) e ganha força com os comentários dos leitores e do proprietário do blog, expressando a afirmação da masculinidade nesta seção. Um exemplo disso pode ser percebido na apresentação do projeto do leitor Glauco (figuras 2 e 3). Trata-se de uma sala que tem um pequeno bar (espaço para copos e garrafas) disfarçado atrás de um quadro na parede. Nesse ambiente, o lugar do bar foi marcado no espaço, mesmo que oculto atrás de um quadro. O bar é um tema

frequente em dicas e sugestões do Homens da Casa, reforçando sua importância na construção da masculinidade na decoração. Contudo, a estratégia de ocultamento instiga o questionamento sobre como e por quem o espaço é utilizado.



Figura 2 – A sala do leitor glauco

Fonte: Blog Homens da Casa (2015)



Figura 3 – O detalhe do bar do leitor Glauco

Fonte: Blog Homens da Casa (2015)

Os leitores enviam imagens dos projetos que realizaram com base nas sugestões do blog e então Eduardo Mendes convida todos os leitores a votarem no melhor projeto do mês. O projeto mais votado é premiado com o título Leitor Ninja (uma classificação dentro da seção Leitor) e publicado integralmente (com fotografias e textos explicativos do autor-leitor) e recebe como prêmio um pôster da loja do blog.

Os projetos publicados nesta coluna são semelhantes entre si, usando padrões cromáticos (cinza, branco e preto, com opção do amarelo para o destaque), de composição (arranjos de quadros e molduras) e referências à cultura popular (cultura geek, nerd), com base ou seguindo fielmente o que é publicado no blog. A figura 4 mostra o quarto de um leitor, no qual uma parede foi decorada de acordo com suas preferências. Nela encontramos referências à série de televisão *Breaking Bad*, à cantora Amy Winehouse, personagens de videogame, músicas temas de novelas, entre outras. Um aspecto presente e que se repete em diversos projetos, porque foi muitas vezes sugerido no *Homens da Casa*, é a ausência de molduras nas imagens, que receberam destaque por meio de contornos feitos com fita isolante.

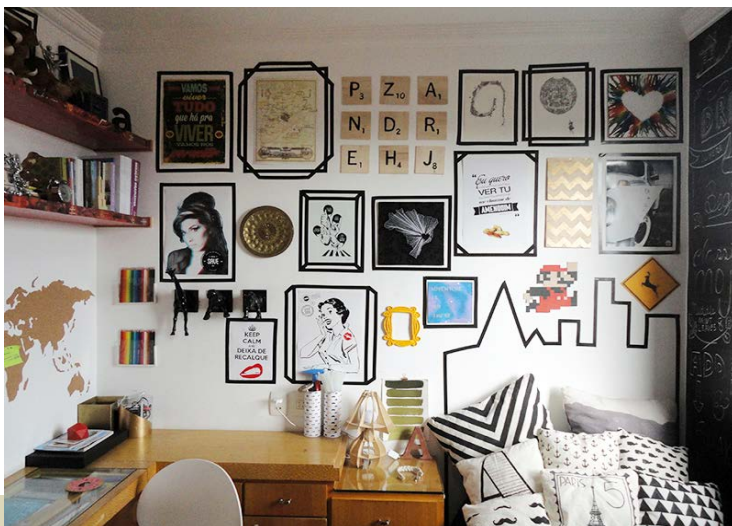


Figura 4 – O quarto do leitor André

Fonte: Blog Homens da Casa (2014)

Os leitores enviam as fotografias dos projetos, geralmente com imagens no estilo antes e depois. Alguns fotografam várias etapas de

execução, para mostrar as dificuldades, os materiais, a diferença no ambiente. Além das imagens, os leitores costumam descrever as motivações para mudar o espaço, apresentam o projeto em etapas, como um passo-a-passo. A maioria dos leitores afirma a importância de personalizar o próprio espaço, conferindo-lhe uma identidade que exponha gostos pessoais, preferências e afinidades, por meio de quadros, pôsteres, mobiliário, como no banheiro reformado pelo leitor Nelson (figura 5). Neste projeto, ele utilizou as sugestões publicadas no blog, como o esquema cromático baseado na adoção de tons de cinza e amarelo, (cores preferidas e amplamente divulgadas por Eduardo Mendes) e personagens de histórias em quadrinhos com intervenções ou retratados de forma bem-humorada.



Figura 5 – Projeto de banheiro, leitor Ninja, Junho de 2015
Fonte: Blog Homens da Casa (2015)

Ter o projeto publicado na seção Leitor ninja é o prêmio máximo de reconhecimento para os leitores. Eduardo Mendes define a seção da seguinte forma: “Leitor Ninja é uma seção do blog destinada a quem botou a mão na massa, transformou algum cômodo da casa e o resultado ficou foda.” (MENDES, 2015). Nesta fala, ficam explícitos dois aspectos que se repetem nas postagens: a preferência pela personalização na decoração, fundamentada no conceito do *it yourself* com ênfase na prática (“botou a mão na massa”) e o uso

de palavrões (“foda”) para marcar tanto o caráter informal, de “conversa divertida”, quanto masculino do blog. Novamente percebemos a afirmação do blog como um espaço masculino, que se assemelha a um grupo ou clube.

Colocando a mão na massa: Diy, Bricolagem Club e consumo

A expressão “colocar a mão na massa” aparece inúmeras vezes no blog e é uma das questões mais valorizadas para tratar da decoração, juntamente com a personalização e afirmação de identidade nos ambientes. Essas ideias são baseadas no conceito do *it yourself* ou *faça você mesmo*.

Interessante destacar os relatos dos leitores que tiveram seus projetos publicados como Leitor Ninja, expressando a satisfação de conseguir personalizar o próprio ambiente, como afirmou o leitor André, autor do projeto da figura 4:

Meu quarto ficou bem cheio no final, mas definitivamente mais minha cara e bem legal, curti muito ter feito tudo isso e a satisfação vem muito mais do fato que fui eu que fiz, montei, organizei do que das coisas em si. E como to muito viciado nessa ideia de DIY, não dá pra parar mais, vou ter que migrar para outro cômodo agora [...]. Gostaria muito se esse tanto de coisa que eu fiz desse coragem para alguém também botar a mão na massa e já ficaria mais que satisfeito se conseguisse que uma pessoa levantasse da cadeira pra começar algo novo (HOMENS DA CASA, 2015).

Cabe destacar a influência do conceito DIY na transformação do ambiente do leitor André, que expressou orgulho pela iniciativa de personalizar ele mesmo o seu ambiente. O conceito DIY surgiu nos EUA durante a Segunda Guerra Mundial, no cenário de escassez de materiais e produtos, que motivou uma atitude de produção e reutilização de tecidos, peças de roupa e materiais diversos: “autoridades americanas e europeias aconselhavam as mulheres a aproveitarem o material disponível em casa, transformando cortinas em vestidos, lenços em bolsas” (AZZI, 2012). Na década de 1960, com os movimentos de contracultura e o movimento hippie, o conceito ganha força, como oposição à cultura de massa, às mídias e à disseminação do consumo (PRADO, 2011).

Nos anos 1970 a proposta DIY é adotada pelo movimento punk, com caráter anticapitalista e anticonsumista, que defendia a responsabilidade individual pelas escolhas de consumo, desde alimentação, música, roupas, etc. A cultura punk pregava que as pessoas produzissem o que consumissem, estimulando a produção e circulação de fanzines, álbuns, músicas, roupas. Para George McKay, autor de *DIY Culture – Party & Protest in Nineties Britain*, acontece uma “nostalgia crítica” em relação ao DIY, pois o conceito, que surgiu no contexto de escassez do período de guerra, posteriormente tornou-se algo comercial.

A Cultura DIY, centrada na juventude, um grupo dirigido por interesses e práticas em torno do radicalismo verde, ações políticas diretas, novos sons musicais e experiências, é um tipo de contracultura dos anos 1990. A Cultura DIY gosta de pensar que este é o caso e isto é suficiente por hora.[...] Como a versão dos anos 1960 que nós procuramos associar com a palavra “contracultura”, a Cultura DIY é uma combinação de ação inspirada, narcisismo, arrogância juvenil, princípio, historicismo, idealismo, indulgência, criatividade, plágio⁵ (MCKAY, 1998, p. 2).

O conceito DIY é adotado em vários blogs de decoração atuais, como o Homens da Casa, com publicação de grande número de postagens com exemplos de objetos decorativos, mobiliário e produtos criados com este conceito. Os projetos são postados no blog no formato passo-a-passo, com imagens ou vídeos, geralmente enfatizando o caráter singular desses projetos, e, sobretudo, a possibilidade de realizar uma decoração personalizada, exclusiva e original. No exemplo apresentado na figura 6, Eduardo Mendes transformou uma lata de refrigerante em luminária. O projeto, que parece simples quando vemos a imagem da luminária pronta, foi fotografado em cada etapa, mostrando o desenvolvimento da luminária a partir do tratamento da lata, furação, fixação, etc. O formato passo-a-passo auxilia a compreensão das etapas e também descreve as ferramentas e materiais necessários para execução.

5 No original: “DIY culture, a youth-centred and directed-cluster of interests and practices around green radicalism, direct action politics, new musical sounds and experiences, is a kind of 1990s counterculture. DIY Culture likes to think that this is the case and says so often enough. [...] Like the 1960s version we tend to associate the word ‘counterculture’ with, DIY Culture’s a combination of a inspiring action, narcissism, youthful arrogance, principle, a historicism, idealism, indulgence, creativity, plagiarism, as well as the rejection and embracing alike of technological innovation.”



Figura 6 – Sequência de imagens descrevem execução de luminária com lata de Coca-Cola
Fonte: Blog Homens da Casa (2015).

No blog Homens da Casa o conceito DIY é valorizado como solução para vários tipos de problemas: como opção criativa para personalizar a decoração e diferenciá-la dos projetos comerciais do mercado e das lojas; como alternativa econômica para quem não tem recursos financeiros para decorar; e como forma de imprimir um caráter pessoal e individual à casa.

As ideias de diferenciação e individualização são reforçadas pelas práticas DIY e pelo Bricolage club, termo usado por Judy Attfield (2000) para discutir consumo, escolha e estilo de vida. O termo Bricolage “é usado por antropólogos para descrever o processo usado por grupos particulares para ‘pensar’ o seu mundo numa lógica material própria e por meio da improvisação e apropriação de produtos de forma inadequada”⁶ (ATTFIELD, 2000, p. 209). Muitos projetos publicados no Homens da Casa são elogiados justamente pelo critério de improvisação e apropriação, como no caso da moldura utilizada como pendurador de toalhas, no banheiro da figura 3.

Attfield (2000) considera que o DIY e o Bricolage Club podem ser pensados a partir de duas visões semelhantes, porém opostas, sobre o consumo. O primeiro é o conceito de escolha, que representa o ponto de vista individual do consumidor, com o direito e a liberdade de escolher comprar ou desistir da compra. A noção de escolha refere-se a um grau de empoderamento, reforçado pela crença de que o consumidor não é tão manipulável quanto geralmente se acredita.

Já o conceito de estilo de vida é apontado por alguns críticos como um modo de vida falso, imposto aos consumidores por em-

6 No original: “Bricolage is used by anthropologists to describe the process used by particular groups to ‘think’ their world in a material logic of their own by means of improvisation and appropriating commodities inappropriately.”

presários gananciosos. Assumindo um ponto de vista diferente, Livia Barbosa afirma:

No contexto da cultura do consumo, [o estilo de vida] sinaliza para individualidade, autoexpressão, estilo pessoal e autoconsciente. A roupa, o corpo, o discurso, o lazer, a comida, a bebida, o carro, a casa, entre outros, devem ser vistos como indicadores de uma individualidade, propriedade de um sujeito específico, ao invés de uma determinação de um grupo de status. Os objetos e as mercadorias são utilizadas como signos culturais de forma livre pelas pessoas para produzirem efeitos expressivos em um determinado contexto (BARBOSA, 2004, p. 23).

Para Attfield (2000, p. 208) as “práticas de consumo cotidianas representam um grau de controle e decisão autoconsciente”⁷, mais do que a simples aceitação da manipulação e consequente reprodução de imposições publicitárias. Neste contexto, o DIY é uma boa oportunidade para refletir sobre a suposta liberdade dos consumidores no exercício autoconsciente de escolha, ao mesmo tempo em que se questionam as imposições e manipulações publicitárias disfarçadas nas representações de estilo de vida, como na afirmação de modelos de masculinidade na decoração.

Neste sentido, consumo e construção de identidades se confundem. Os produtos e discursos são consumidos como parte fundamental na construção da identidade, como símbolo máximo do poder de escolha, “império da ética do self, em que cada um de nós se torna o árbitro fundamental de suas próprias opções e possui legitimidade suficiente para criar sua própria moda de acordo com o seu senso estético e conforto.” (BARBOSA, 2004, p. 22). Importante lembrar que esta suposta liberdade de escolha está sujeita às questões econômicas, culturais, políticas e sociais. O que esta sugestão de poder de escolha omite é que os padrões de vida e de consumo não são universais e acessíveis a toda a população. No *Homens da Casa*, observamos essas contradições quanto à escolha e estilos de vida promovidos pelo blog.

Ao mesmo tempo em que o criador do blog promove e divulga projetos estimulando a atitude de “colocar a mão na massa”, acenan-

7 No original: “But rather than exhibiting extravagant profligacy most everyday consumption practice represents a degree of control and self-conscious decision making which has been amply justified in research on consumption and shopping habits”.

do com certa liberdade e poder individual, também reforça certos comportamentos e tipos de estilo de vida, inclusive com a comercialização de vários artigos pelo blog, estimulando certas práticas de consumo que não são tão livres e autônomas quanto são apresentadas. O estilo de vida pode ser compreendido, de acordo com Marinês Ribeiro dos Santos e Joana Maria Pedro (2011, p. 146), como um “conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo abraça, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular da autoidentidade” O modo como consumimos e/ou usamos as coisas é um processo de interação com o mundo:

O consumo faz parte da reprodução cultural das relações sociais, um processo bem concreto realizado através de práticas sociais na vida mundana. Essa visão das coisas pode ser mecânica, pode implicar que o consumo é inevitavelmente conformista, bem como um agente, um meio de assegurar a conformidade social. Mas exatamente porque o consumo é uma prática cotidiana em que os agentes sociais reais usam habilmente os recursos culturais (linguagens, coisas, imagens) para atender a suas necessidades, envolve necessariamente reinterpretações, modificações, transgressões – e pode ser usado para questionar culturalmente, bem como para reproduzir culturalmente a ordem social. (SLATER, 2002, p.146)

No *Homens da Casa*, observa-se um processo de classificação, pois segundo Don Slater (2002, p. 148), com os bens “podemos construir e manter um universo social inteligível, uma vez que ao classificar, comparar e ordenar as coisas que temos e usamos, damos sentido e organizamos nossas relações sociais, classificando pessoas e eventos.”

Isto ocorre principalmente quando as referências culturais que são publicadas pelo criador do blog se repetem nos projetos de seus leitores. Objetos, brinquedos, símbolos e imagens auxiliam na formação e afirmação de identidades e reforçam o caráter singular de uma decoração “com personalidade”, muito valorizada pelo blog.

A coluna do leitor como a Casa dos Homens

A coluna do Leitor é o espaço no qual os homens, leitores, podem ter seus projetos legitimados e elogiados pelo criador do blog. Daniel Welzer-Lang (2001) utiliza o termo “casa dos homens”, para

se referir a um conjunto de lugares e espaços nos quais os homens se reúnem e aprendem a se diferenciar do mundo das mulheres e das crianças. O Homens da Casa pode ser pensado como uma “casa dos homens”, na qual os leitores podem ficar à vontade para discutir decoração, trocar informações e experiências, sob um novo enfoque e sem receio de julgamentos quanto às suas identificações com as masculinidades. Daniel Welzer-Lang explica como funciona a “casa dos homens”:

Em nossas sociedades, quando as crianças do sexo masculino deixam, de certo modo, o mundo das mulheres, quando começam a se reagrupar com outros meninos de sua idade, elas atravessam uma fase de homosociabilidade na qual emergem fortes tendências e/ou grandes pressões para viver momentos de homossexualidade. Competições de pintos, maratonas de punhetas (masturbação), brincar de quem mijá (urina) o mais longe, excitações sexuais coletivas a partir de pornografia olhada em grupo [...] Nessa casa dos homens, a cada idade da vida, a cada etapa de construção do masculino, em suma está relacionada uma peça, um quarto, um café ou um estádio. Ou seja, um lugar onde a homosociabilidade pode ser vivida e experimentada em grupos de pares. Nesses grupos, os mais velhos, aqueles que já foram iniciados por outros, mostram, corrigem e modelizam os que buscam o acesso à virilidade. Uma vez que se abandona a primeira peça, cada homem se torna ao mesmo tempo iniciado e iniciador. (WELZER-LANG, 2001, p. 462).

Na seção Leitor Ninja, Eduardo Mendes elogiou o projeto do leitor Cassiano (figura 7) e expressou grande satisfação com a participação do público masculino no blog:

Quem acompanha o blog lá no facebook sabe da alegria que eu fiquei semana passada ao saber que atualmente mais da metade dos leitores do blog são cuecas. Claro que esse blog é pra todo mundo (meninas, amo vocês), mas saber que eu tô conseguindo quebrar esse paradigma (palavra difícil) de que decoração é coisa de mulher, é realmente muito foda. (MENDES, 2014).



Figura 7 – Duas imagens do quarto do leitor Cassiano, publicadas na seção Leitor Ninja
Fonte: Blog Homens da Casa (2014).

Eduardo Mendes celebra a participação dos leitores (homens) e os projetos enviados por eles. A expressão “cuecas” vem reforçar uma visão de masculinidade promovida no blog, assim como o ter-

mo “foda”, utilizado para mostrar a satisfação do autor. A escolha por um palavrão consiste em uma afirmação da masculinidade hegemônica (CONNEL, 1995), na qual os homens utilizam palavrões para afirmar e marcar sua virilidade e sua agressividade, evidenciando um tipo de comportamento associado às masculinidades considerado como natural. A agressividade e a violência fazem parte do “universo masculino”, como forma de se distinguir do que é considerado feminino e também distanciar-se de situações que possam ser interpretadas como de caráter homossexual. Quando o autor utiliza o palavrão no blog, conversa informalmente com seus leitores homens, potencializando a comunicação com eles, bem como a identificação comum, como um grupo.

Cueca é um termo adotados no Homens da Casa como substituto de homem. Usar a roupa íntima para designar um gênero, ou mais precisamente no registro do blog, para designar um sexo, é uma escolha que carrega implicações específicas. O autor do blog está localizado em um registro heteronormativo, no qual precisa reforçar características da masculinidade hegemônica, como a agressividade sugerida pelo uso de palavrões.

A afirmação do sexo biológico, usando cueca como sinônimo de homem e ligando a peça de roupa com o corpo/órgão sexual, reforça estratégias de dominação e exclusão. Cuecas são bem-vindos e devem ‘colocar a mão na massa’, porque decoração não é só “coisa de mulher”. Coisa de mulher torna-se um problema, uma concepção generificada quando é impregnada de termos e classificações que sugerem uma hierarquia de valores, saberes e de visões de mundo.

A suposta naturalização da norma é uma prática discursiva muito eficaz, pois a representação de gênero influencia e reafirma valores, comportamentos e posturas que, embora sejam criticados e rejeitados, constituem uma forma de reconhecimento e identificação de gênero. Como acredita Judith Butler (2003, p. 18):

Os domínios da ‘representação’ política e linguística estabeleceram a priori o critério segundo o qual os próprios sujeitos são formados, com o resultado de a representação só se estender ao que pode ser reconhecido como sujeito. Em outras palavras, as qualificações de ser sujeito têm que ser atendidas para que a representação possa ser expandida.

Raewyn Connel (1995, p 188) acredita que o conceito de masculinidade abrange múltiplas configurações:

a masculinidade é uma configuração de prática em torno da posição dos homens na estrutura das relações de gênero. Existe, normalmente, mais de uma configuração desse tipo em qualquer ordem de gênero de uma sociedade. Em reconhecimento desse fato, tem-se tornado comum falar de ‘masculinidades’.

Connel (1995, p. 190) aponta os riscos de adotar certos tipos de masculinidades como padrão de comportamento para os homens: “a narrativa convencional adota uma das formas de masculinidade para definir a masculinidade em geral”. No blog, o fazer, desenvolver, “colocar a mão na massa” é considerado um comportamento natural, expressão de uma masculinidade entendida como comum a todos os homens. Para Connel, “falar de uma configuração da prática significa colocar ênfase naquilo que as pessoas realmente fazem, não naquilo que é esperado ou imaginado” (CONNEL, 1995, p. 188). Neste sentido, as masculinidades são vividas pelas ações, pela materialidade dessas ações e dos discursos que contribuem com sua formação.

Desta forma, a valorização de alguns padrões de composição e de cores, juntamente com o DIY e as ferramentas, constituem exemplos dessa configuração na prática; de como as masculinidades são modeladas e experimentadas nos grupos, nas casas dos homens.

A leitora na Casa dos Homens

O blog teve grande repercussão nos últimos anos e desde 2014 as publicações de imagens de projetos idealizados por leitores aumentaram significativamente. Recentemente (2015) também foram publicados projetos realizados por mulheres na seção Leitor Ninja, convidando a uma reflexão sobre os modelos de masculinidade promovidos pelo blog e sobre como essas masculinidades dialogam com as feminilidades. Em relação às representações dessas masculinidades, percebe-se uma continuidade de cores, modelos e arranjos, da mesma forma como são sugeridas nas publicações do blog. Na publicação do quarto da leitora Camila, primeira mulher com projeto publicado na seção Leitor Ninja, (figura 08), Eduardo Mendes afirmou que o blog não tem um gênero definido:

Quando eu criei o blog tive certo de receio de parecer que é apenas sobre decoração masculina. Na verdade é a minha visão sobre o que curto em decoração. Nunca gostei de rótulos como de azul pra menino e rosa pra menina, por isso o HC tem um estilo e não um gênero definido. É uma pegada pra geral que curtir o que eu posto aqui. Ninguém é obrigado a gostar só de uma coisa, afinal todos nós somos uma mistura maluca né? (MENDES, 2015, grifo no original).

Neste trecho, podemos perceber uma preocupação de Mendes em afirmar que o blog não tem gênero definido, ou seja, que não é exclusivamente masculino. Interessante notar as contradições no seu discurso. Quando fala em “decoração masculina”, ele assume que o blog tem uma visão de gênero definida. As afirmações feitas na sequência procuram negar identificações de gênero, porém acabam por reforçá-las. Isso é marcado na linguagem, assim como nas representações de masculinidade apresentadas no blog. Os comentários sobre o projeto da leitora Camila foram poucos, mas o texto que introduziu as imagens e o relato (curto) dela contrastam muito em comparação com as publicações dos projetos dos leitores. Eduardo Mendes sempre faz algum comentário sobre o projeto vencedor da votação, e os leitores enviam relatos detalhados sobre a execução do projeto. No caso da leitora, o texto curto, que adquiriu um tom de pedido de desculpas ou algum tipo de justificativa pela publicação do projeto de uma leitora na coluna do Leitor, convidam a reflexão sobre as chamadas visões neutras e universais quando se fala em gênero.



Figura 8 – Quarto da Camila, leitor Ninja
Fonte: Blog Homens da Casa (2015)

Neste projeto não existem muitas referências que se diferenciam das sugestões propostas pelo Homens da Casa, pois as dicas publicadas pelo blog foram seguidas fielmente, como a preferência cromática do criador Eduardo Mendes, que elogiou a combinação: “parede cinza com prateleira amarela me conquistam fácil” (HOMENS DA CASA, 2015). Um destaque na composição é o arranjo de almofadas sobre a cama, com a capa da almofada (figura 08) estampando a mensagem *Forget princess, call me president*⁸. O destaque na imagem é interessante de problematizar, porque as fotografias foram enviadas pela própria leitora. Se os modelos de masculinidade apresentados no blog dialogam com propostas tidas como despojadas ou modernas, encontramos representações equivalentes de feminilidades. A opção pela almofada com mensagem bem-humorada está em sintonia com as representações oferecidas pelo blog e ainda reforça o caráter relacional do gênero. Para um modelo específico de masculinidade, encontramos um modelo de feminilidade correspondente. Neste caso, a rejeição pela princesa, uma representação convencional de feminilidade, e a opção por presidente, reforça um tipo de feminilidade identificada com o poder, comando, etc. Uma posição geralmente ocupada por homens, que coordenam homens; e podemos pensar também na atualidade brasileira, em que uma mulher ocupa o cargo de presidente. O modelo de masculinidade moderna, descolada, bem-humorada e às vezes debochada ao usar palavrões como base do vocabulário, encontra sua feminilidade correspondente na decoração.

Considerações finais

O blog de decoração Homens da Casa se mostra como uma oportunidade para estudar e discutir como as relações e representações de gênero marcam visões de mundo, desigualdades e assimetrias na sociedade. Mesmo em um blog que se apresenta como uma mídia informal, um espaço de “conversa sem amarras”, as desigualdades de gênero marcam discursos e práticas associadas à decoração, como discutimos em relação ao DIY e “colocar a mão na massa”. A seção do Leitor é um espaço compartilhado com leitores(as) para construir e afirmar modelos de masculinidade voltados à decoração. A importância de “colocar a mão na massa”, discutida no texto, refor-

⁸ *Esqueça a princesa, me chame de presidente*. Tradução própria.

ça a construção da decoração masculina apoiada em determinadas práticas, como o DIY, as ferramentas. A seção do Leitor, deste modo, funciona como uma casa dos homens na qual os leitores podem discutir decoração sem receio de julgamento de sua masculinidade, ou de qualquer semelhança com a ideia de “frescura”, muito citada no *Homens da Casa* como o oposto da decoração masculina. A seção do Leitor e o blog de maneira geral, convertem-se em mídia que influencia a formação e afirmação de modelos de masculinidade e promove estilos de vida relacionados à decoração.

Desta forma, as discussões de gênero permitem compreender que esses processos de diferenciação, oposição binária, desvalorização, muitas vezes acontecem de maneira sutil, mas contínua, como no caso da decoração e dos discursos apresentados no blog. A proposta do *Homens da Casa*, de se distinguir da associação entre decoração e feminilidade, buscou reforçar o caráter prático e técnico de atividades ligadas à decoração, como as ferramentas e o DIY. Esta associação com práticas DIY nos lembra o argumento de Judy Atfield, sobre um clube de bricolagem, com pessoas que compartilham conhecimentos e técnicas, vivendo escolhas e possibilidades de intervenção e personalização da decoração. As práticas relacionadas ao DIY materializam discursos sobre masculinidade, delimitam o que é ou não “frescura”, evidenciando assimetrias, desigualdades e preconceitos relacionados ao gênero.

É necessário questionar os discursos que afirmam supostas universalidades ou neutralidades e buscam negar classificações de gênero e minimizar o caráter implicado de escolhas e posturas. Como vimos nos discursos do blog, a construção da diferença acontece na própria linguagem, pois é uma “prática reiterativa e citacional pela qual o discurso produz os efeitos que ele nomeia” (BUTLER, 2007, p. 154). Para Judith Butler, este é o caráter da performatividade do gênero, uma prática reiterativa que não apenas reproduz os efeitos de discursos anteriores, mas que também constrói o discurso. Por esta razão, o estudo das representações de gênero ajuda a compreender como discursos e práticas que se apresentam como naturais ou neutros dizem muito sobre as concepções de gênero e, no contexto do *Homens da Casa*, sobre suas imbricações com as práticas de consumo.

De acordo com Don Slater (2002, p. 164) “o significado das coisas não pode ser destilado dos próprios objetos, nem através de sistemas gerais de significado; precisam ser investigados no local onde surgem de fato, nas práticas imprevisíveis do trabalho simbólico das

pessoas.” As práticas e discursos ligados à decoração, analisados no blog Homens da Casa, evidenciam que os significados são formados e reinterpretados nas instâncias de produção e consumo, nas relações com os objetos, reforçando a importância da análise do gênero para compreender as interações entre discursos, práticas e materialidades ligados a estilos de vida e representações de gênero.

Referências

ATTFIELD, Judy. **Wild things**: the material culture of everyday life. New York: Berg, 2000.

AZZI, Christine. **DIY**: a origem cultural do “faça você mesmo”. Modamodamoda. 10 dez. 2012. Disponível em: < <http://modamodamoda.com.br/diy-a-origem-cultural-do-faca-voce-mesmo/>> Acesso em: 08 set.2014.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BUTLER, Judith. Problemas de gênero: feminismo e subversão de identidade. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

_____. **Corpos que pesam**: sobre os limites discursivos do “sexo”. In: LOURO, Guacira Lopes. O corpo educado: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 2007, p. 153-172.

CONNEL, Raewyn. **Políticas da masculinidade**. In: Educação & Realidade. Porto Alegre, vol. 20, n. 2, jul./dez. 1995, p. 185-206.

MCKAY, George. **DIY culture**. Party & protest in nineties Britain. London: New Left Books, 1998.

MENDES, Eduardo. **Homens da Casa**. Disponível em: <http://www.homensdacasa.net/> Acesso em: 07 ago. 2015.

PRADO, C. Ana. A volta da cultura do “faça você mesmo”. Entrevista George McKay. Comportamento. **Super Interessante**, São Paulo, Editora Abril, n. 296, out. 2011. Disponível em:<<http://super.abril.com.br/cultura/volta-cultura-faca-voce-mesmo-conteudo-extra-643280.shtml>> Acesso em: 04 set. 2014.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Feevale: Novo Hamburgo, RS, 2013.

SCOTT, Joan W. **Gênero**: uma categoria útil de análise histórica. In: Educação & Realidade. Porto Alegre, vol. 20, n.2 jul.dez. 1995, p.5-19.

SANTOS, Marinês Ribeiro dos; PEDRO, Joana Maria. A domesticidade moderna na revista Casa & Jardim: práticas de consumo e relações de gênero (anos 1950 e 1960). In: QUELUZ, Marilda L.P. (org.). **Design & Consumo**. Curitiba: Editora Peregrina, 2010. p. 141-178.

SLATER, Don. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

WELZER-LANG, Daniel. **A construção do Masculino**: dominação das mulheres e homofobia. In: Revista Estudos Feministas. N. 2, vol. 9. Florianópolis: UFSC, 2001, p. 460-482.

ZAGO, Gabriela da Siva. Dos blogs ao microblogs: aspectos históricos, formatos e características. **Congresso Nacional de História da Mídia**. Niterói, Rio de Janeiro. Maio de 2008. Disponível em:< <http://www.bocc.ubi.pt/pag/zago-gabriela-dos-blogs-aos-microblogs.pdf>> Acesso em: 20 mar. 2015.

6 NA ORDEM DISCURSIVA DO FEÉRICO MUNDO DO FEMININO NA PUBLICIDADE¹

Denise Gabriel Witzel

Introdução

Em torno do clássico enunciado E foram felizes para sempre, alojam-se sentidos, memórias e práticas que nos incitam a examinar o funcionamento discursivo desse dizer em dois domínios de atualidade: contos de fadas e modernas peças publicitárias. Partimos do princípio de que ambos, ao se valerem de ingredientes comuns (o maravilhoso, a sedução, o encanto), produzem um mesmo tipo de efeito promessa, notadamente com relação à felicidade eterna almejada por quaisquer sujeitos.

Uma reflexão sobre as estratégias e as táticas publicitárias, constituídas pelos elementos “mágicos” expressos em narrativas maravilhosas, leva-nos a interrogar, sob o mirante da Análise do Discurso de linha francesa, as atualizações, os deslocamentos e (re)significações de enunciados apreendidos em sua dispersão de acontecimento e em sua singularidade. Trata-se de um ponto de vista teórico metodológico

1 Trabalho apresentado no GT COMUNICAÇÃO E CONSUMO do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM. Integra a tese de doutorado – *Práticas discursivas, redes de memória e identidades do feminino: entre princesas, bruxas e lobos no universo publicitário* – financiada pelo CNPQ.

que concebe uma relação inescapável entre sentido, sujeito e história; isso significa que, para pensar o funcionamento discursivo de qualquer enunciado, é necessário considerar que “o sujeito não é fonte do sentido; o sentido se forma na história através do trabalho da memória, a incessante retomada do já-dito; o sentido pode ser cercado, ele escapa sempre” (MALDIDIER, 2003, p. 96).

Falar em memória e já-ditos, quando nos propomos a retornar ao arquivo dos contos de fadas, ao sistema geral de sua formação e transformação, implica entender a língua engendrada na história e sujeita à opacidade, ao equívoco. Isso significa, na esteira de Pêcheux (2006), que, (i) o dizer é sempre ponto de deriva para outros sentidos, sem amarras com a evidência, com a literalidade ou com a denotação; (ii) a história do presente é uma confluência entre atualidade e memória.

Para que possamos dar visibilidade ao papel da memória na produção do sentido, faremos, de início, breves considerações sobre o funcionamento da linguagem publicitária. Na sequência, retornaremos a um vasto e fascinante território literário, notadamente marcado pela magia e pelo uso da linguagem vinculada ao prazer, ao encanto e ao medo; território onde todos os sonhos e desejos se realizam; todos os enigmas do universo se resolvem; todos os perigos e ameaças são bravamente enfrentados por um herói que, triunfante, salva uma mocinha e a conduz a um final inexoravelmente feliz. Analisaremos, na atualidade da memória desse extraordinário mundo dos contos de fadas, o funcionamento discursivo de uma peça publicitária atravessada e constituída interdiscursivamente pelo discurso do conto da Branca de Neve, focalizando os jogos de verdades e as redes de memória que historicamente subjetivaram/objetivaram o ser mulher princesa, ontem, e que a ressignificam hoje.

Extraordinário mundo da publicidade

O discurso publicitário não se reduz a uma simples comunicação imersa na trivialidade do consumo. Em que pese o fato de ela, sim, comunicar algo, esse não é seu principal objetivo, pois não se trata de uma linear troca de mensagens entre emissor e receptor. Trata-se, antes, de uma prática discursiva prescritiva que, focalizando a dicotomia compra/venda, faz declinar aos olhos do público consumidor uma enormidade de recursos verbo-visuais. Em meio a jogos

de palavras e imagens, metáforas e variações linguísticas, adjetivos e imperativos, sobressaem-se estratégias engenhosamente forjadas que visam chamar a atenção, prender o interesse, despertar o desejo e provocar a compra do produto. Estratégias, vale dizer, vetorizadas pelas leis do mercado, tão caras quanto necessárias em um sistema socioeconômico como o nosso.

Em sua famosa aula inaugural no College de France, intitulada *A ordem do discurso*, Foucault (2001, p. 9) afirma: “sabe-se bem que não são se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um [...] não pode falar de qualquer coisa”. Essa assertiva foi extraída do contexto de uma discussão acerca dos procedimentos de controle dos discursos, notadamente os mecanismos de interdição, e aponta a rarefação dos sujeitos que falam. No caso da publicidade, porque ela assume uma posição legitimada a fazer circular discursos que vão ao encontro dos desejos da população, o dito ali igualmente se submete à ordem das leis; sujeita-se a múltiplos e complexos sistemas de controle “instituídos de forma a dominar a proliferação dos discursos e a apagar as marcas de sua irrupção nos jogos do pensamento e da língua” (GREGOLIN, 2004, p. 97).

É nessa direção que a publicidade opera como um espaço de (re)produção de discursos cristalizados e aceitos no imaginário social, agindo como uma caixa de ressonância daquilo que já circula na sociedade, ao qual ela adere e reverbera. Essa afirmação pode ser corroborada por um sem-número de declarações que, em suas diferentes maneiras de dizer, afirmam o mesmo, ou seja, “a publicidade não abre caminhos nem joga questões. Só tenta refletir o senso comum. Se este muda, a publicidade vai atrás”, segundo Strozenberg (2008)².

Com efeito, inscrita em um circuito midiático altamente sofisticado e imersa no mercado econômico, a publicidade não visa vender exatamente produtos, mas sonhos, até porque “ninguém compra produtos, compram-se promessas, compram-se benefícios. Compram-se, enfim, idealizações, projeções [...]. Faça, portanto, o Sr. Target sonhar” (MARTINS, 2010, p. 111). Essa “dica” de como produzir um bom texto publicitário, extraída de um guia para anunciantes, vai ao encontro do que afirma Charles Revlon, fundador da

2 Declaração feita em reportagem da Revista Época, de 15/08/2008, intitulada *De Amélia a Gisele*, p.92-94.

indústria de cosméticos Revlon e um dos responsáveis por ter transformado o esmalte e o batom em sonhos de consumo das mulheres: Em nossa fábrica, nós fazemos batom. Em nossas propagandas, nós vendemos esperanças. Numa versão brasileira, lembrada naquele guia, admite-se que “ninguém compra uma broca, compra buracos na parede!”.

Para se conseguir o efeito-promessa de sonho a ser realizado, lança-se mão de eficientes estratégias de persuasão que produzem um efeito de encantamento. Agrega-se ao valor de mercado um grande prazer mediante a exaltação de valores simbólicos que transformam o produto em um bem às vezes de caráter vital para o consumidor. Liberdade, beleza, virilidade, feminilidade, poder, sucesso, satisfação e felicidade estão entre os mais destacados nesse universo midiático, agenciados sempre em consonância com saberes e poderes historicamente compartilhados, dando forma concreta aos anseios por um ideal de existência de toda uma população ávida por um final feliz.

Não por acaso, a conhecida expressão “a propaganda é a alma do negócio” serve de mote para Carrascoza (2004) explicar que o encantamento é atingido se for considerado que

[...] o texto publicitário constitui o tecido que reveste a alma da marca e pode permitir, por meio de elementos de persuasão, que ela seja percebida como algo positivo para o público. Para isso, a roupa em questão não pode ser produzida com um pano grosseiro, mas como uma matéria-prima especial, um tecido fino (que, ademais, ganha “bordado” das fotografias e /ou ilustrações). [...] a palavra ‘persuadir’ contém a raiz latina *svad*, a mesma da palavra “suave”. (CARRASCOZA, 2004, p. 16, grifos meus).

As publicidades que nos atingem hoje, mais do nunca, parecem ter incrementado e sofisticado a fórmula do faz-de-conta; seus discursos não só assimilaram a estrutura e o conteúdo dos contos para criar um paradisíaco mundo de imagens e palavras com efeitos de magia e de persuasão, como também, conseqüentemente, distanciaram-se enormemente do mundo real, cruel e impudico que nos cerca, renegando, na rede simbólica que os envolve, quaisquer questões que não conduzam a um final feliz. Vestergaard e Schroder (2000, p. 129) argumentam que muitos anúncios funcionam como um verdadeiro devaneio: “mostrando gente incrivelmente feliz e fascinante, cujo êxito em termos de carreira ou de sexo – ou ambos – é

óbvio, a propaganda constrói um universo imaginário em que o leitor consegue materializar os desejos insatisfeitos da sua vida diária [...]”. As propagandas, continuam os autores, prometem acesso a um universo fantástico, “a outros mundos e épocas misteriosas, excitantes, ao reino da imaginação”. Um verdadeiro mundo extraordinário dos contos de fadas, portanto.

Mas o que leva as pessoas a “acreditarem” nessa profusão de promessas fascinantes e inefáveis? Segundo Berger, a credibilidade e o contrato fiduciário se mantêm, porque

[...] a lacuna entre o que a publicidade realmente oferece e o futuro que promete corresponde à lacuna entre o que o espectador-comprador sente que é e o que ele gostaria de ser. As duas lacunas se resumem a uma, que, em vez de ser preenchida pela ação ou pela experiência vivida, é preenchida por devaneios (apud VESTERGAARD E SCHRODER, 2000, p.132).

Com respeito ao efeito promessa de transformar sonho em realidade, a peça publicitária reproduzida na sequência expõe o fato de que a publicidade, não poucas vezes, promete realizar o irrealizável, admitindo certo devaneio de que falam os autores acima.



Figura 1 – Peça publicitária
Fonte: Revista Veja, Março (2013)

Na mesma linha de funcionamento discursivo desse tipo de efeito promessa, em que a publicidade assume posição sujeito de “fada madrinha”, guardando em si traços e vestígios da memória enraizada na história e na cultura, ganham relevo peças que reatualizam princesas. Dentre estas, a Branca de Neve é exaustivamente (re) citada no mundo encantado da publicidade.

Ser Branca de Neve na Publicidade

Branca de Neve e os Sete Anões é um dos contos de fada mais conhecido na nossa cultura. Como tantos outros, sua narrativa remonta há séculos, sob várias formas, em todos os países e línguas europeias, disseminando-se para os outros continentes. A exemplo de muitas outras princesas, a história da menina órfã foi recolhida da memória popular e compilada pelos irmãos Grimm, entre os anos de 1812 e 1822. Mais próximo dos nossos dias, os produtores da Disney transformaram essa clássica história em um longa-metragem (o primeiro de animação da história do cinema), em 1937, mantendo-o muito próximo da narrativa proposta pelos Grimm. No que tange ao sucesso da produção americana, ela foi considerada a obra mais famosa dos estúdios Disney, recebendo, em 1939, um Oscar especial da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Hollywood.

A imagem da Branca de Neve mais amplamente divulgada e assimilada na memória coletiva é a forjada no cinema (a jovem com fita vermelha na cabeça, usando uma capa com gola bem alta, vestido nas cores azul, vermelho e amarelo). Basta uma atenção maior sobre a enormidade de produtos que, hoje, levam a marca Disney, para observarmos as repetições de personagens daquela empresa, de um modo geral, e da Branca de Neve, de um modo particular, com aquelas características. Assim, é essa imagem que precisa ser ativada na memória para efeito da relação de intericonicidade que “supõe as relações das imagens exteriores ao sujeito [considerando que] uma imagem pode ser inscrita em uma série de imagens, uma genealogia como o enunciado em uma rede de formulações” (COURTINE apud MILANEZ, 2010, p. 11).

Para deixar mais claro de que imagem se trata, reproduzimos algumas cenas do filme.



Figura 2 – Branca de Neve e os Sete Anões

Fonte: Filme Disney ³.

Ativar implícitos, a partir das imagens da Figura 2, impõe analisar a trama narrativa, quer em Grimm quer em Disney, considerando fundamentalmente que a menina ocupa uma posição de sujeito submisso e dependente, definido o tempo todo em relação à sujeição às maldades da rainha-madasta-mãe. Branca de Neve é, na verdade, uma jovem destituída de sua posição de princesa e sem condições de sozinha restituí-la; sua sobrevivência depende dos demais personagens da narrativa (homens) que possuem a destreza, esperteza, coragem, força e a sagacidade que lhe faltam. Em outras palavras, há uma grande dissimetria na relação de alteridade enfatizada no conto, na medida em que a salvação da princesa inerte e tola (ela nunca percebe a maldade) está subordinada ao outro sempre ágil e esperto. Primeiro, ela depende da ação do caçador, que deveria matá-la, mas decide poupar-lhe a vida; depois, dos animaizinhos que, ao encontrá-la assustada e chorando numa floresta sombria, indicam-lhe o caminho da casa dos sete anões; depende desses, igualmente, porque precisa de abrigo e de proteção; e, finalmente, depende do príncipe, evocado somente no final para libertá-la do sono da morte e dar-se como prêmio, o que garante o final feliz para sempre.

Antes de qualquer coisa, ressalte-se que a persuasão dessa peça incita movimentos de leitura e compreensão, que precisam levar em conta a intericonicidade que faz trabalhar a memória daquelas princesas, provocando deslizamentos da tradição e rupturas com os sentidos fundantes, aqueles que constituem o espaço do repetível/legível.

3 Cenas retiradas do filme: Branca de Neve e os Sete Anões. Manaus. Abril Vídeo da Amazônia S/A. 1 videocassete (83 min): VHS, son., color., dublado, (s/d) Título Original: Snow White and the seven dwarfs.



Figura 3 – Peça publicitária de sapato
 Fonte: Revista Caras, Agosto, (2007)

Essencialmente visual, essa peça publicitária não descreve nenhum produto. A proposta, ao se valer intertextualmente do conto da Branca de Neve, é “vender” a marca, chamando a atenção para os pretensos poderes mágicos daquilo que ela comercializa. Parece haver, nesse acontecimento discursivo, um convite para a consumidora integrar os contos de Melissa, identificando-se com a famosa personagem dessa nova e velha narrativa. Sublinhe-se que a sequência linguística em destaque apresenta, no intradiscurso, uma substituição do significante “fadas” pelo significante “Melissa”, provocando efeitos inesperados (novos); isso faz ressoar, no interdiscurso, o discurso fundante perpetuando efeitos recorrentes (velhos). Que efeitos são esses e o que faz o público-alvo ativar tão rapidamente os pré-construídos dessa discursividade? Ainda, se a proposta é interpelar a consumidora para se identificar com a princesa ali reinventada, que marcas identitárias podem ser depreendidas de tal jogo intertextual, interdiscursivo e intericônico?

Em meio ao conjunto imagético, repleto de informações alusivas a um espaço encantado, apontando para o eterno final feliz, é preciso reconhecer as repetições, quais sejam: (i) a bela moça, no primeiro plano, destacada pela luz que atravessa o centro da peça, deixando nítida a pele branca “como a neve”, os cabelos negros “como o ébano”, estes amarrados com a inconfundível fita ou tiara vermelha.

Seus trajes guardam as cores azuis e vermelhas do vestido da menina ingênua; (ii) o Anão no fundo, trazendo sob o braço o capacete de segurança, o que sugere o trabalho na mina; (iii) o príncipe “escondido”, reconhecido pela coroa e pela espada deixada ao lado da cama; (iv) finalmente, os olhos reconhecem as maçãs colocadas no canto inferior esquerdo do anúncio, notando que algumas estão numa fruteira e duas estão no chão, já comidas.

Feita a apreensão dos elementos mais relevantes que remetem ao conto fonte, é necessário, igualmente, observar os deslizamentos que rompem com as formulações origem, desestabilizando as séries dos implícitos (PÊCHEUX, 2007) e propondo diferentes e atuais (desejados?) processos de identificação do feminino. Salta, então, aos olhos, a bela moça com traços orientais, estendida sobre a suposta cama do anão, com parte do corpo à mostra, quer dizer, ela usa, além da tradicional capa azul, apenas um corpete com uma cinta liga desamarrada. Ela se concentra no sapato que segura em alto plano (sapato, aliás, que é o foco do anúncio) e, tanto sua expressão quanto sua postura, ao mesmo tempo em que apontam para um “encantamento” com relação ao sapato, conotam total indiferença com relação a todo o restante do cenário.

Os dois homens da cena desviam-se das posições sedimentadas na história clássica e no imaginário, assumindo lugares facilmente reconhecidos e interpretados. Percebe-se o Anão chegando de surpresa, desconfiado da fidelidade da princesa. O príncipe surpreendido tenta, em vão, esconder-se embaixo da muito pequena cama do Anão. São momentos e atitudes que dialogam com as cenas de flagrantes de adultério, no caso, de um homem traído. Somam-se a tudo isso as maçãs que, uma vez saboreadas em conjunto, vão ao encontro dos implícitos e explícitos que contornam sexo e prazer.

Esses detalhes e essas observações, de pronto, desidentificam a moça como uma personagem dos contos de fadas - sempre românticas, ingênuas e atraídas pelo amor - e identificam-na, na contingência dos movimentos identificatórios (HALL, 1992), com uma personagem de contos maravilhosos orientais - geralmente voltadas ao prazer do corpo e à sedução (COELHO, 2008). Mas esses movimentos engendram outros contornos identitários, na medida em que há, na materialidade do anúncio, um jogo de relações que, de um lado, leva em conta os efeitos do pecado que, na história da mulher, provocou interditos e discriminações, somados aos efeitos da inge-

nuidade pueril constitutiva das clássicas princesas e, por extensão, das mulheres, já que estas deveriam se espelhar naquelas. De outro, considera os efeitos dos discursos feministas que, desde a década de 1960, apregoam mais fortemente a liberação sexual da mulher, atingindo a contemporaneidade com discursos, muitas vezes, guiados pela ideia de que corpo feminino e erotismo atendem às expectativas da “nova mulher”. Atende, sem dúvidas, às expectativas daqueles que procuram criar o espetáculo midiático, a partir da exploração do corpo e da sexualidade.

Diante do que precede, há que se notar outro universo de referência, quando observado o papel da memória em relação ao comportamento sexual, de homens e mulheres, discursivizado na publicidade. Mulher na cama, vestindo um lingerie à Branca de Neve, numa pose que coloca à primeira vista a parte do corpo que, segundo Vigarelo (2005), é priorizada na construção da beleza do feminino nos dias atuais: as pernas⁴. Esse conjunto dialoga com um feixe de outros enunciados imagéticos, que vão muito além do conto infantil, pois, por movimentos de intericonicidade, a personagem ingênua é transfigurada em uma mulher sedutora e maliciosa. Por conta de tal transfiguração, cruzam-se as verdades históricas que subjetivaram a mulher tentadora e irresistível; cria-se um entre-lugar em que as identidades do feminino definem-se à luz dos discursos imemoriais que associaram o ser mulher ao sexo; promovem-se, na atualidade desses sentidos lúdicos e bem humorados, representações sociais e efeitos identitários que transformam a mulher Branca de Neve em uma verdadeira fantasia, mas, como se vê, trata-se nitidamente de uma fantasia erótica. Pode-se mesmo dizer que o convite feito na persuasão daquela peça aponta para as fantasias que produzem um efeito de fetiche na mulher.

Segundo Foucault (1979), a erotização dos corpos, quer na pornografia quer na publicidade, corresponde a um desenvolvimento estratégico normal de uma luta. O fato de a sexualidade ter sido durante tanto tempo alvo de controle, vigilância e de os corpos, em

4 Vigarelo (2005), em seu estudo sobre *Beauté féminine, beauté culturelle: l'invention de la "ligne" dans l'ideal esthétique*, fala da imortal beleza feminina e das leis estéticas que definiram o belo em relação a seu corpo. Mostra, por exemplo, que em diferentes épocas os gostos e as partes do corpo atreladas ao belo se alteram. Antes do século XX, exaltava-se “le haut”, a parte de cima (rosto, busto); “le bas”, a parte inferior (nádegas e pernas), ganha destaque em dias mais próximos dos nossos. As mini-saias, os vestidos justos, enfim, uma série de alterações no vestuário, nos comportamentos e nas representações que levam a publicidade, hoje, a exaltar as longilíneas pernas de modelos como a da peça em questão.

decorrência, terem sido “perseguidos”, provocou ao mesmo tempo a intensificação dos desejos de cada um por seu próprio corpo. Por isso há certa revolta do corpo sexual, um contra efeito daquela ofensiva. “Como o poder responde?”, pergunta-se Foucault. Por meio da

exploração econômica [...] da erotização, desde os produtos para bronzear até os filmes pornográficos. Como resposta à revolta do corpo, encontramos em novo investimento que não tem mais a forma de controle-repressão, mas de controle-estimulação: ‘fique nu... mas seja magro, bonito, bronzeado!’ A cada movimento de um dos dois adversários corresponde o movimento do outro (FOUCAULT, 1979, p.147).

Na esteira desse raciocínio de Foucault, a peça publicitária em questão irrompe como estratégia de luta que produz um contra efeito, na medida em que há um desvio radical das tradicionais posições essencialmente subordinadas aos imperativos de uma moral sexual religiosa, constituída por interditos e proibições, e, ao mesmo tempo, uma ironia de tais posições. Trata-se de um discurso que erige, por meio de estratégia de controle-estimulação, a imagem cotidianamente explorada pelo império das imagens midiáticas que, na publicidade, ganha especial relevo nos últimos tempos: a mulher fatal e, consequentemente, feliz.

Considerações finais

Na encruzilhada dos vários esforços que visam transformar demandas sociais, políticas e econômicas em necessidades de compra, a publicidade centra-se de forma muito específica e industrial na produção da primeira de todas as mídias: a linguagem. Isso implica, incontornavelmente, produzir muito mais do que mensagens a serem lidas/vistas por receptores. Implica produzir discursos. Ou seja, algo que “não se confunde nem com o discurso empírico sustentado por um sujeito nem com o texto, um conceito que estoura qualquer concepção comunicacional da linguagem” (MALDIDIER, 2003, p.21).

Considerando que o discurso não é encontrado nas evidências dos textos e que, sendo um processo, é necessário desconstruir a materialidade discursiva para apreendê-lo/analísá-lo, este estudo mostrou que o maravilhoso, a sedução, o encanto, enfim, o efeito-promessa é produzido nas tramas interdiscursivas de discursos publici-

tários, entrelaçando-se com os fios dos tradicionais contos de fadas. Destacamos o fato de que ambos os gêneros jogam com os efeitos de sentido de uma promessa de felicidade eterna, ao mesmo tempo em que falam de modo bem particular das mulheres, subjetivando-as de modo igualmente bem particular. Na peça destacada – Figura 3 –, a mulher emerge protagonizando sujeitos da contemporaneidade, hoje ávidas de um final feliz para sempre, tal como ontem.

Referências

CARRASCOZA, J. A. **Razão e sensibilidade no texto publicitário**: como são feitos os anúncios que contam histórias. São Paulo: Futura, 2004.

COELHO, N. N. **O Conto de Fadas**: símbolos, mitos e arquétipos. São Paulo: Paulinas, 2008.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Loyola, 2001.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

GREGOLIN, M. R. **Foucault e Pêcheux na construção da análise do discurso**: diálogos e duelos. São Carlos: Claraluz, 2004a.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1992.

MALDIDIER, D. **A inquietação do discurso**: (re)ler Michel Pêcheux hoje. Campinas: Pontes, 2003.

MARTINS, Z. **Propaganda, é isso aí!**: um guia para novos anunciantes e futuros publicitários. São Paulo: Saraiva, 2010.

MILANEZ, N. **O nó discursivo entre corpo e imagem**: que identidade para o brasileiro é essa? In: MACHADO, I. L.; MENDES, E.; LIMA, H. Revista de Estudos Semio-discursivos. Imagem e Análise do Discurso. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

PÊCHEUX, M. **Papel da Memória**. In: ACHARD, P. et al. Papel da memória. 2. ed. Campinas, SP: Pontes, 2007.

_____. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 2006.

VESTERGAARD, T.; SCHRODER, K. **A linguagem da propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

VIGARELLO, G. **Beauté féminine, beauté culturelle**: l'invention de la "ligne" dans l'idéal esthétique. In: BROMBERGER, C. et al. Un corps pour soi. Paris: PUF, 2005. p.139-151.

7

GUERREIRAS DA QUEBRADA: O EMPODERAMENTO DA MULHER DA PERIFERIA NO PROGRAMA “ESQUENTA!”¹

Luciane Leopoldo Belin

Introdução

Sabe-se o que aconteceu, mas não se sabe quando nem onde se deu o primeiro arrombamento do feminismo. Uso a metáfora deliberadamente: chegou como um ladrão à noite, invadiu, interrompeu, fez um barulho inconveniente, aproveitou o momento, cagou na mesa dos estudos culturais (HALL, 2009, p. 196).

A citação que abre este artigo é um trecho do ensaio “Os Estudos Culturais e seu legado teórico”, que integra o livro “Da Diáspora: identidades e mediações culturais”, de Stuart Hall. Nela, o autor usa a metáfora de uma invasão para ilustrar a maneira como os estudos de gênero e o feminismo chegaram à seara da teoria – repentina e imponentemente. Assim como nos Estudos Culturais, perspectiva da qual Hall é um dos grandes nomes, as investigações que se dedicam a desconstruir os papéis até então atribuídos a homens e mulheres e a analisar as influências sociais de fenômenos como o feminismo vêm sendo amplamente discutidas dentro das ciências sociais e humanas de maneira geral.

¹ Trabalho apresentado no GT Comunicação e Cultura, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

As discussões de gênero extrapolaram também as muralhas do mundo acadêmico e se consolidam em outros campos sociais, acompanhando uma série de evoluções e conquistas, especialmente com relação aos direitos das mulheres. A maneira como se constroem as múltiplas identidades da mulher no século XXI ainda passa pelas características e funções tradicionalmente atribuídas a ela – de mãe, de mulher, de indivíduo frágil e guiado pelos sentimentos, entre outras obrigações estereotipadas –, mas é possível perceber uma certa abertura para a diferença e para um leque maior de atribuições.

Contudo, o olhar sobre a mulher como um ser que, por instinto, se arma e se reforça para defender a família – especialmente os filhos –, ainda prevalece em grande parte das sociedades. Isso não é diferente na cultura brasileira, marcada fortemente por um modelo familiar firmado sob uma série de padrões, como a heterossexualidade. O papel da televisão é crucial para reforçar tais padrões, mas também para questioná-los. Uma breve observação sobre a programação dos mais diferentes canais televisivos do país permite perceber a grande variedade de formas sob as quais as mulheres vêm sendo retratadas em cada atração, seja ficcional ou noticiosa. Exemplo disso são os programas de auditórios brasileiros, que são reconhecidos como atrações carregadas de objetificação nas formas de tratar a mulher – seja ela a apresentadora do programa, convidada ou parte do elenco ou *staff*. Grande parte das produções deste gênero televisivo veiculadas no país são marcadas pela presença dos grupos de dançarinas e assistentes de palco vestidas com roupas curtas e saltos altos, com o objetivo de atrair a atração do público para o corpo e a sensualidade das mulheres. Entre os precursores desta prática está a “Discoteca do Chacrinha” (1957-1972), um dos primeiros programas de auditório brasileiros e que se consagrou pela presença das *chacretes*, que traziam figurinos ousados para a época.

Esta é, no entanto, apenas uma das formas pelas quais os programas de auditório em geral se utilizam da imagem da mulher, que também aparece objetificada, quando não retratada com sensacionalismo em quadros dedicados a assistencialismo, ligados à família ou relacionamentos amorosos.

Neste artigo, discute-se a presença da figura feminina entre as convidadas do dominical “Esquenta!”, um dos programas de auditório em exibição atualmente pela Rede Globo de Televisão. Apresentado também por uma mulher, a carioca Regina Casé, a atração em

questão se diferencia em parte do formato convencional de auditório no que diz respeito à representação da mulher. Embora parte do elenco esporadicamente apareça com roupas mais expositivas, homens e mulheres do *staff* de palco em geral seguem uma linha similar de figurino, que converge com a temática do programa na ocasião.

Veiculado aos domingos, por volta das 12h30, o programa tem em média 60 minutos de duração e se propõe, segundo *press release* divulgado pela própria emissora, a ser “uma grande festa em que Regina Casé recebe seus amigos e os familiares deles para um encontro com muita música, bate-papo e descontração”². Objetiva-se criar um clima festivo, com a presença de convidados famosos e anônimos – que chegam para contar suas histórias, participar da plateia ou dos quadros de jogos –, com ênfase à apresentação de temas culturais relacionados à população das periferias das grandes cidades, com a utilização predominante de danças e ritmos musicais como o samba, o pagode, sertanejo, o funk e o hip hop – que são também estilos também frequentemente associados à hiperssexualização da figura feminina.

Tendo em conta as particularidades do programa “Esquenta!”, este artigo se propõe a identificar quais são os papéis ou os perfis femininos mais frequentemente retratados pela atração televisiva em questão, bem como discutir qual o viés que se utiliza para retratá-los, partindo da hipótese de que, na maior parte dos casos em que a mulher aparece com um olhar empoderador, seria por conta do papel de mãe, que trabalha para prover o sustento à família e alia isso à atenção e ao carinho dedicados aos filhos.

O objetivo, nesse sentido, é discutir a apresentação que o programa faz das mulheres que vivem na periferia e que aparecem com frequência durante a atração. Para tanto, a partir de um recorte nas primeiras dez edições do ano de 2015, foi desenvolvida uma análise de conteúdo em parte quantitativa, em parte qualitativa, a partir das cenas protagonizadas por mulheres não-famosas moradoras da periferia. Com este corpus de pesquisa, foi analisada a participação destas mulheres e o discurso da apresentadora com relação a elas, categorizando as participações em uma série de perfis.

2 Fonte: *press release* enviado à pesquisadora por intermédio da instituição Globo Universidade. Disponível também em: <<http://imprensa.globo.com/>> mediante cadastro.

A mulher da periferia

Um dos grandes motes do programa “Esquenta!” é o diálogo que se propõe a estabelecer com a população da periferia. No entanto, a periferia da qual se fala já não é mais um conceito exclusivamente geográfico – e sim, social. Historicamente, este termo está associado à condição de regiões mais afastadas, às margens dos centros urbanos. A percepção de que essas regiões em geral apresentam índices econômicos menores em relação ao centro fez com que o conceito de periferia passasse a ser associado a uma população que sofre com a pobreza e que vive em situação de risco social. Nos últimos anos, “periferia” se tornou sinônimo de regiões povoadas por comunidades pobres ou favelas, que já não mais se localizam necessariamente distantes do centro. Na geografia das grandes cidades, a periferia divide espaço com bairros de luxo e condomínios residenciais de alto padrão, em uma convivência marcada pela desigualdade social e pelo preconceito.

Em vez de bairros populares reais com suas diferenças e suas especificidades, onde relações sociais extremamente complexas se estabeleciam, o título icônico – favela – construiu imagens dotadas de elevado índice de artificialidade, repletas de ideias preconcebidas, estigmas e romantizações. (MEIRELLES e ATHAYDE, 2014, p. 10)

A origem das favelas brasileiras está ligada à história de apropriação do trabalho e cultura da população negra, que chegou escravizada ao Brasil e continuou sendo explorada mesmo depois da liberação legal, em 1888. As favelas seriam derivações de formações urbanas criadas por escravos libertos, que se reuniam em comunidades. De acordo com Kehl (2010), “no Brasil, discute-se se a ‘favela’, tal como surgiu no Rio de Janeiro no final do século XIX, é uma construção original em si, ou se é originária, filha direta dos cortiços” (KEHL, 2010, p. 31).

Embora sejam formadas majoritariamente por pessoas que se identificam como pretas ou pardas, as favelas são espaços marcados pela heterogeneidade e pela pluralidade.

Pessoas atingidas em cheio pelos séculos de contradições do sistema [...]. São as mesmas pessoas que, há séculos, vêm vivendo à margem da sociedade, que pelos mais diversos motivos foram constrangidas a passar suas vidas sem atingir o patamar mínimo em que estão seus

supostos irmãos mais bem aquinhoados. Estas pessoas, 'excluídas' da sociedade humana, não deixam, entretanto, de ser humanas; mas elas expressam sua hominidade de outra maneira (KEHL, 2010, p. 13).

A construção da identidade da população residente nas favelas brasileiras é extensamente influenciada pela representação deste público na esfera midiática, que com frequência retrata este nicho da sociedade por um viés estigmatizado de pobreza e marginalidade.

No entanto, uma pesquisa realizada pelo Instituto Data Favela no final de 2013, com 63 favelas em dez regiões metropolitanas do Brasil, ouviu duas mil pessoas e trouxe resultados importantes sobre o potencial de consumo e expressões culturais destas pessoas. Segundo o levantamento, 94% dos entrevistados se consideram felizes – apenas um ponto abaixo da média dos brasileiros de maneira geral. “Desmentindo a crença vigente, 81% dos moradores gostam da comunidade em que estão fixados e 66% não estão dispostos a abandoná-la. De maneira plena ou com restrições, 62% admitem ter orgulho do local onde vivem” (MEIRELLES E ATHAYDE, 2010, p. 30).

Estes resultados desmistificam em parte a crença do senso comum, corroborada pela cobertura midiática, de que as favelas são um ambiente de hostilidade, criminalidade e insatisfação com a condição de pobreza, bem como de estereotipação e marginalidade. De acordo com a pesquisa, juntas, as favelas brasileiras movimentam 63 bilhões de reais a cada ano e, na época em que a investigação foi realizada, a maior parte de seus habitantes já era classificado como pertencente à classe C.

Dentro deste grupo social de periferia, destaca-se atualmente o papel das mulheres. Apesar das realidades de machismo e opressão contra a figura feminina que se verifica em geral na sociedade brasileira, nas favelas, as mulheres são responsáveis para redefinir as formas de organização da vida familiar e a maneira como se estruturam as próprias comunidades.

Elas chefiam quase 40% dos lares. Em metade deles (20% do total), criam sozinhas um ou mais herdeiros. Em muitos casos, foram abandonadas pelo companheiro. Em outros, resolveram seguir a vida por conta própria, depois de sofrerem com a infidelidade ou com a incapacidade do cônjuge de garantir a provisão doméstica. Não é raro, no entanto, encontrar-se a viúva, aquela cujo parceiro caiu vítima da violência urbana (MEIRELLES E ATHAYDE, 2010, p. 88).

Estas mesmas mulheres são apresentadas como sendo conscientes dos processos sociais de construção da identidade da mulher negra e de periferia, atentas a questões como a comunicação e representação da favela nos ambientes midiáticos. Não se reconhecem na maneira como o jornalismo e a publicidade as representam e acreditam que a televisão não conhece a favela.

Estudos Culturais e Feminismo: o empoderamento da mulher

Se, dentro de espaços sociais como a favela, a participação ativa da mulher se dá principalmente por meio do papel de mãe e de provedora, no universo acadêmico a produção teórica se ampliou conforme se intensificaram as lutas femininas e feministas por igualdade de direitos – como, por exemplo, ao voto, ao acesso à educação de ensino superior, à entrada no mercado de trabalho e a melhores salários.

Foi no início do século XX que a insatisfação com a situação de invisibilidade e ausência de voz feminina sobre temáticas sociais – inclusas as que dizem respeito unicamente às mulheres – passaram a pautar discussões políticas da esfera pública e a motivar manifestações por parte destas mulheres.

As lutas feministas tiveram diferentes expressões, heterogêneas como o próprio feminismo. A relação entre essas lutas e o feminismo teórico é fundamental, produzindo debates em que as fronteiras entre a luta política e a atividade intelectual e acadêmica são, em geral, mais porosas do que nas correntes predominantes da teoria política. Nas lutas pelo voto feminino e pelo acesso das mulheres à educação, assim como na exigência de direitos iguais no casamento e no direito ao divórcio, do direito das mulheres à integridade física e a controlar sua capacidade reprodutiva, o feminismo pressionou os limites da ordem estabelecida, é claro, mas também das formas de pensar o mundo que a legitimavam. (MIGUEL e BIROLI, 2014, p. 08)

Uma das principais marcas das discussões sobre as temáticas ligadas ao feminismo é a que tange aos aspectos que dizem respeito à fronteira entre o que é da esfera pública e o que é do âmbito privado dentro de um determinado campo social. Ou seja, extrair as mulheres e assuntos pertinentes a elas de dentro dos espaços domésticos e perceber, na recorrência de determinadas situações individuais problemáticas, que algumas delas são, na verdade, de competência de

instâncias mais amplas, mas que até então não se discutiam por serem percebidas como assuntos internos às famílias e ao lar. Ou seja, tornar o privado não apenas público, mas político.

Este foi, para HALL, um dos principais motivos pelos quais o feminismo foi tão importante para linhas de investigação como os próprios *Cultural Studies* britânicos³, em que os estudos feministas correspondem a uma verdadeira ruptura na linha de pesquisa. “Primeiro, a proposição da questão do pessoal como político – e suas consequências para a mudança do objeto de estudo nos estudos culturais – foi completamente revolucionário em termos teóricos e práticos” (HALL, 2009, p. 196). De acordo com o autor, essa discussão impulsionou ainda a necessidade de repensar conceitos que já se considerava consolidados, como a própria ideia de “poder” e a necessidade de se compreender as relações de gênero para que também se compreendessem as relações de poder.

Os estudos de gênero estão diretamente ligados aos aspectos culturais, sobre os quais se debruçam os *Cultural Studies*, especialmente a partir da década de 50, quando foram intensificadas as discussões acerca das interseções entre as práticas culturais e as lutas políticas. O principal movimento que influenciou este deslocamento do pensamento sobre a cultura foi a chamada *New Left*, na Inglaterra, que deu voz a uma parcela da sociedade que até então era silenciada pelas classes hegemônicas, como as classes operárias, as populações de imigrantes e as próprias mulheres.

Essa luta por direitos passou a interessar aos teóricos também no sentido que contribui com diferentes posicionamentos identitários para as mulheres – elas se afastam de um lugar de escuta, majoritariamente, e passam a um lugar que também é de fala.

O afastamento das singularidades de ‘classe’ ou ‘gênero’ como categorias conceituais e organizacionais básicas resultou em uma consciência das posições do sujeito – de raça, gênero, geração, local institucional, localidade geopolítica, orientação sexual – que habitam qualquer pretensão à identidade no mundo moderno. (...) Esses ‘entre-lugares’ fornecem o terreno para a elaboração de estratégias de subjetivação – singular ou coletiva – que dão início a novos signos de identidade e postos inovadores de colaboração e contestação, no ato de definir a própria ideia de sociedade” (BHABHA, 2013, p. 20)

3 Essa relação entre o feminismo e os Estudos Culturais (EC) é, no entanto, conflituosa. Uma das críticas recorrentes à corrente britânica dos EC é que estes teriam se apropriado da pertinência das lutas feministas sem, no entanto, dar às autoras mulheres o devido espaço.

Ainda em construção, o próprio feminismo é exemplo de temática que se situa neste “entre-lugar” sugerido por Bhabha. A pluralidade que permeia o movimento, a diversidade de demandas e confusão que cerca o feminismo fora dos ambientes acadêmicos são algumas das marcas que demonstram o quanto o lugar do estudo de gênero no campo social e na esfera pública ainda está em construção.

No entanto, não se pode dizer que estas linhas de pesquisa – seja dentro dos Estudos Culturais ou não – proporcionam um certo empoderamento (*empowerment*, para BHABHA) da mulher nos mais diferentes espaços e campos sociais. “A articulação social da diferença, da perspectiva da minoria, é uma negociação complexa, em andamento, que procura conferir autoridade aos hibridismos culturais que emergem em momentos de transformação histórica.” (BHABHA, 2013, p. 21).

Em sociedades marcadas pelo tradicionalismo e pela multiculturalidade, como é o caso do Brasil, essa indefinição sobre o que seria o papel da mulher é muito presente, assim como é perceptível o surgimento de momentos e cenários possíveis de empoderamento da mulher – por vezes, mediados pelos meios de comunicação como a própria televisão.

No programa “Esquenta!”, a mulher é representada de diferentes maneiras. A mulher que vem da periferia e que está presente como convidada para contar sua história ou como parte da plateia, interagindo no palco, também recebe diferentes olhares e pode, mesmo que com o tempo limitado e entre intervenções da apresentadora, se colocar como falante, em situações como as que serão descritas a seguir.

A mulher da periferia na TV

O programa “Esquenta!” recebe a cada edição uma plateia formada por caravanas de diferentes regiões do Brasil, em geral não relacionadas ao meio artístico. A principal participação popular se dá por meio de entrevistas com grupos convidados, pela interação com o auditório ou pela realização de quadros que fazem parte da grade fixa da atração, como é o caso do “Calourão”, uma espécie de show de talentos integrada ao “Esquenta!”. Dentro do recorte temporal utilizado para composição do corpus desta pesquisa, os dez primeiros programas veiculados em 2015⁴, foi realizada uma observação dos

⁴ Os programas em questão foram ao ar pela Rede Globo de Televisão nos domingos entre os dias 04

papéis femininos que se apresentam com mais frequência e se destacam nas edições. Com a aplicação da técnica de análise de conteúdo de caráter híbrido – parte quantitativa, parte qualitativa –, lançou-se um olhar sobre os textos contidos no produto analisado e se estabeleceu uma categorização e uma classificação do material avaliado.

Neste caso, foram selecionados os intervalos de cenas em que o programa apresenta pessoas que se enquadram na categoria de “não-famosos”, indivíduos comuns que tenham protagonizado trechos do programa, seja por entrevista ou qualquer outra interação mediada pela apresentadora. Esta primeira seleção totalizou 33 segmentos, que foram separados entre cenas protagonizadas por homens e cenas protagonizadas por mulheres cis e transgênero. A partir disso, foram isolados segmentos em que as protagonistas da cena se posicionaram como moradoras da periferia, de favelas ou comunidades marginalizadas.

Dos 33 registros iniciais, 19 (57%) tiveram mulheres como protagonistas, 8 (24%) foram dedicadas a contar histórias de homens e 6 (18%) foram protagonizados por casais heterossexuais, conforme o Gráfico 1.

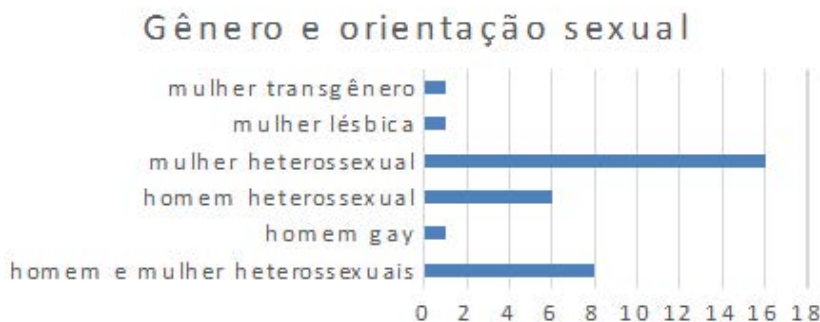


Gráfico 1 – Gênero e orientação sexual

Fonte: A autora (2015)

Do total de cenas protagonizadas por mulheres, em 63% dos casos, ou seja, em 12 das 19 aparições, as cenas foram consideradas como sendo de empoderamento da mulher, no sentido de que abrem espaço para que a mulher se manifeste, fale e conte sua história, ou,

de janeiro e 08 de março de 2015. O material foi gravado pela pesquisadora, porém é possível acessar os vídeos também pelo website do programa “Esquenta!”, disponível em < <http://gshow.globo.com/programas/esquenta/videos/> >. Acesso em 14/08/2015.

ainda, sendo descritas de maneira positiva ou engrandecedora na fala do elenco do programa e da própria Regina Casé.

A partir disso, foi feito um último recorte entre as mulheres que se manifestaram como sendo da periferia e as que não se identificaram como tal. O corpus final, reduzido a 10 segmentos protagonizados por mulheres (sendo elas heterossexuais, lésbicas ou mulheres transgênero), mostrou que a porcentagem de cenas em que houve empoderamento das mulheres foi de 80%. Nos outros 20%, as duas cenas restantes, o segmento pode ser considerado neutro – diferente do recorte inicial em que as cenas com mulheres, sendo elas da periferia ou não, eram neutras em 21% dos segmentos e desempoderadores ou, de certa forma, pejorativos, em 15% das ocasiões.

Dentro deste corpus final de dez segmentos, as mulheres da periferia que tiveram espaço nas edições em questão de “Esquenta!”, foram criadas algumas categorias correspondentes aos perfis ou características predominantes, conforme disposto a seguir:

CATEGORIA	DESCRIÇÃO
Mãe/ mulher forte pelos filhos	Mulheres com histórias de vida de superação das dificuldades do cotidiano para criar os filhos e prover o sustento da família
Guerreira/ independência, determinação, luta social	Mulheres que se destacaram na cena por atitudes de luta e imposição da própria identidade, superação de desafios pessoais e profissionais, porém não necessariamente com o objetivo de criar os filhos
Jovem/deslumbramento	As aparições em que as mulheres foram retratadas como jovens dotadas de ingenuidade
Sedutora/ objetificação	Categoria dedicada às mulheres retratadas pelo viés da sexualidade, objetificadas pelas características físicas. No entanto, no recorte de mulheres da periferia, não foi verificado o aparecimento deste enquadramento;
Outros perfis	Mulheres que se apresentem de outras formas, que não pela força, nem pelo lado maternal, mas também não são apresentadas pelo viés da objetificação ou pela inexperiência.

Quadro 1 – Perfis femininos em “Esquenta!”: descrição

Fonte: A autora (2015)

As aparições destes três perfis foram percebidas dentro do programa na seguinte proporção, conforme o Gráfico 2:



Gráfico 2 – Perfis femininos em “esquenta!”
 FONTE: A autora (2015)

Predomina, portanto, em 80% dos casos – se somadas as duas primeiras categorias, o retrato de uma mulher de periferia que é empoderada e ativa, forte, que luta pelos seus direitos e é responsável por si mesma e pelos seus. Este primeiro resultado converge com o olhar de MEIRELES e ATHAYDE na Radiografia das Favelas Brasileiras, onde ambos observaram que

Se perscrutamos a família da favela, vemos ali, com frequência, uma mãe dedicada e carinhosa, mas que se integrou ao mercado de trabalho. Ela assumiu as responsabilidades e precisou munir-se de uma série de conhecimentos adicionais para gerir o seu grupo. Frequentemente, apresenta-se como boa arrumadeira, enfermeira, cozinheira e psicóloga. Multidisciplinar, surpreende ainda como competente contadora, diligente gestora e especialista em consumo. Ela sabe bem o que é caro, e quais coisas caras têm lugar garantido na lista de compras. Compara preço e qualidade, e logo descobre com quem reclamar quando encontra falhas em produtos e serviços. Já decorou seus direitos e lutará tenazmente para que prevaleçam (MEIRELLES E ATHAYDE, 2010, p. 89).

No entanto, diferente do que se tinha como hipótese ao iniciar este trabalho, a característica ou papel social relacionado à maternidade não foi pré-requisito para que as mulheres fossem retratadas como figuras fortes e imponentes. Elas aparecem descritas dessa for-

ma mesmo quando suas histórias de vida não são relacionadas com a família e com os filhos, especialmente na segunda categoria, onde são retratadas como verdadeiras guerreiras vindas das “quebradas”, como são popularmente chamadas as favelas ou comunidades.

A manifestação de cada perfil

O principal recurso de exaltação destas características de cada perfil é a fala da própria apresentadora Regina Casé, que interage diretamente junto a cada uma das entrevistadas que fazem parte do corpus, estimulando que elas contem suas histórias, e reforçando através de adjetivos e de pedidos de músicas a qualificação das mulheres que estão no palco no momento.

Foi possível perceber, por meio de uma análise dos diálogos travados entre a apresentadora e as entrevistadas, que segue-se um formato padrão em todos eles: a fala é iniciada por Regina Casé, que faz perguntas; a entrevistada responde, mas sem desenvolver a fala por longos períodos, em geral a fala é curta; a apresentadora retoma a fala e fecha a entrevista com um discurso mais longo, exaltando características como a força, a coragem, a fibra da entrevistada, fazendo alusão às dificuldades enfrentadas por ela, a questões como o preconceito e a pobreza, e enfatizando a superação como característica da mulher e do povo brasileiro de maneira geral. Foi recorrente também a intervenção de um ou outro membro do elenco fixo, que interage pedindo palmas, iniciando uma canção ou fazendo um elogio à entrevistada. Um dos exemplos em que esta estrutura se repete é o diálogo entre a apresentadora e a convidada Laurinha do Camarão.

Regina: Laurinha, como é que você se tornou ambulante na praia?

Laurinha: O pai dos meus filhos foi embora e me deixou com três filhos pequeno. Os meus vizinho tudo vende camarão, e falou, vamo vende camarão pra nós. Eu falei não, vou vender pra mim mesmo. Aí eu catei uns cobre, uns ferro velho, comecei com cinco quilo de camarão, e hoje to aí, no Esquenta.

Regina: cê catou na rua?

Laurinha: Cobre, ferro velho.

Regina: E o seu primeiro investimento foram cinco quilos?

Laurinha: Cinco quilo de camarão.

Regina: E de lá pra cá esta é a sua profissão...

Laurinha: 13 anos na Charita, Niterói, Camarão da Laurinha.

Regina: Puxa, que bacana. E cê gosta de trabalhar na areia da Praia, Laurinha?

Laurinha: Eu amo aquela praia, mantém meus filho e meus netos.

Regina: Os netos também, porque você cuida dos netos?

Laurinha: Minha nora foi embora deixou três netos e eu cuido

Regina: Isso é tão comum. Quantas mulheres tem assim? Chefe de família no Brasil eu digo, não é só mãe. Em geral é avó, que cuida dos filhos e que cuida dos netos.

Péricles: Então bate palma aí, gente, faz barulho! Viva a Mulher brasileira⁵

Esta fala é um dos segmentos caracterizados no perfil de nº 1 Mãe, que também engloba a participação da senhora Surita, responsável pela Feijoada da Portela, na escola de samba de mesmo nome, e que atua com dedicação maternal à própria Escola, e a da enfermeira Vera, que trabalhou por anos como enfermeira e que influenciou o filho a seguir a mesma profissão, por meio da qual ele alcançou o sucesso profissional. Ambos tiveram papéis importantes na vida pessoal da apresentadora, que em um determinado momento se ajoelha diante de Vera.

Regina: Como é que eu vou fazer pra agradecer, gente, pra agradecer tanta coisa que ela fez sem saber que era pra mim, que ela faz pra tantas outras pessoas? (...) Olha que coisa maravilhosa que é a vida, a vida surpreende a gente com maravilhas, como a Vera que é baiana da Portela e que me deu o Flávio, que cuidou da minha filha, que eu tenho que ajoelhar pra te agradecer. [*Regina se ajoelha diante da mulher*] Olha, na Vera eu agradeço milhões de mulheres como ela. Ele se formou, ele era técnico de enfermagem, agora ele é enfermeiro. Fala qual é o posto que ele ocupa agora lá no Getúlio Vargas [*Hospital*].

Vera: Ele está na chefia do hospital Getúlio Vargas, responsável pelo setor de transplantes.

Regina: E eu to muito orgulhosa que nem ela. A mulher negra, durante anos, no Brasil, quando conseguia subir um pouquinho, estudar um pouquinho, virava enfermeira. (...) Então na pessoa dela eu quero homenagear todas essas mulheres incríveis que conseguiram criar seus filhos dando amor e cuidado generoso a tantas outras pessoas. Muito obrigada, Vera!⁶

Além dos exemplos relacionados à categoria de Mãe, os segmentos em que as mulheres são consideradas Guerreiras também

5 Trecho extraído da edição veiculada em 04 de janeiro de 2015 do programa “Esquental!”.

6 Trecho extraído da edição veiculada em 01 de fevereiro de 2015 do programa “Esquental!”.

trazem interjeições de admiração e expressões de valorização da convidada. Integram esta classificação cinco segmentos, nos quais a apresentadora entrevista a cantora transgênero MC XUXU, a Ala das Baianas da Escola de Samba Acadêmicos do Tatuapé, a participante Sandra, que faz parte de uma das caravanas que formam o auditório, a convidada Eliane, fundadora do grupo Maracatu Feminino Coração Nazareno, e outras duas participantes do grupo de maracatu, Marta e Sônia.

A primeira, MC XUXU, é caracterizada como forte pelo enfrentamento do preconceito despertado pela condição de transgênero junto à sociedade de maneira geral e à comunidade onde nasceu.

MC XUXU: é, ainda não mudei o documento, aí no aeroporto às vezes fala: fulano! Aí eu tenho que... *[faz gesto de levantar o braço timidamente e constrangida]* É um pouco tenso, isso, e é muito complicado pra gente lidar com essas situações.

Regina: Não, a gente tá brincando e rindo, mas no dia a dia isso é muito puxado. Você ser zoado desde pequenininho o tempo todo, não é mole não, gente, é difícil pra caramba. Qual é o lema do “Esquenta!”?

Plateia responde: Xô preconceito!⁷

No caso da Ala das baianas e da convidada Sandra, os discursos são valorizados quando tratam de questões pessoais e histórias de superação das integrantes da Ala e da própria convidada do auditório, enquanto o papel de mulher forte da fundadora do grupo Maracatu Feminino da convidada Eliane é centrado na iniciativa de criar um coletivo direcionado especialmente às mulheres, como atitude de enfrentamento ao preconceito masculino.

Regina: De onde veio a ideia de vocês de formar um maracatu só de mulheres?

Eliane: É que os homens não deixavam que as mulheres participassem, mesmo eles se produzindo de baiana, de rainha, dama de paz, usando bigode, mas eles não queriam que as mulheres participassem, porque diziam que as mulheres eram negativas, que não podiam tocar neles.

Regina: Olha que preconceito, homem se fantasia de mulher no carnaval todo, mas mulher não pode entrar no maracatu, é uma loucura.

Eliane: Então, por Nazaré da Mata ser considerada por lei a Capital

7 Trecho extraído da edição veiculada em 04 de janeiro de 2015 do programa “Esquenta!”.

do Maracatu, e hoje também patrimônio imaterial nacional, então nós tivemos essa ideia de mostrar que também nós somos capazes, as mulheres não disputam força física, mas a gente disputa capacidade com os homens.

Regina: Muito barulho pra Eliane que teve essa iniciativa incrível, que quebrou mais essa barreira, muito barulho pra ela. A gente vê elas com essas roupas lindas e com isso tudo, cês não têm ideia do que essas mulheres aqui batalham e ralam, brincadeira é só o maracatu, o resto é só ralação, se elas pegam no pesado que nem homem, porque é que não vão brincar que nem homem também.⁸

Por fim, as personagens Marta e Sônia, do mesmo grupo de maracatu, conversam com Regina, que vai até elas no auditório e se senta entre as duas, para ouvi-las. Marta conta que ela e Sônia são um casal lésbico, que vivem como companheiras e que trabalham como cortadoras de cana. Ao terminar sua história, Regina diz:

Regina: cês entenderam que elas levantam as duas horas da manhã, o ônibus pega, elas levam três horas pra ir até o lugar onde elas cortam cana, elas cortam cana o dia inteiro, de sol a sol, depois três horas pra voltar pra casa, dormir um pouco e levantar de novo. [...] Eu vou dizer, o serviço de vocês é o mais brabo que eu já vi. Sônia, qual é pra você a parte mais difícil?

Sônia: A parte mais difícil é a gente leva sol, chuva e muitas vezes, quando chega a hora do almoço, vou comer, tá azedo.

Regina: Isso também era muito comum, a comida saiu às 2h da manhã de casa, a comida fica numa soleira o dia inteiro, quando ela para pra comer, diz isso: vou comer tá azedo, a comida já não presta mais. E não é uma coisa que acontece de vez em quando, você se submeter a isso seguido, um dia, outro dia, é incrível como é que a gente, em 2015, ainda convive com esse tipo de realidade.⁹

Ainda deste último segmento, sobre a orientação sexual das duas convidadas, Sonia e Marta, e sua história de vida, a apresentadora manifesta-se com os seguintes comentários:

Regina: gente, pensa o que é isso, uma vida dura dessa e ela não pode viver naquele momento o amor da vida dela [...]

Regina: que mulheres corajosas! [...]

Regina: olha quantas dificuldades: você ser pobre, você ser preta,

8 Trecho extraído da edição veiculada em 08 de março de 2015 do programa “Esquental!”.

9 Trecho extraído da edição veiculada em 08 de março de 2015 do programa “Esquental!”.

você ser nordestina, você ser gay, você ser cortadora de cana, você ter filho pra criar sozinha, você ter um marido que bebe, um marido que é violento... Por muito menos a gente desiste, por muito menos a gente desanima. Se você tem algum preconceito, tá na hora de jogar fora.¹⁰

Assim, além do tom de voz empregado pela apresentadora, que circula entre a surpresa e a exaltação quase que religiosa, dos exemplos apresentados é possível extrair uma série de expressões que corroboram o empoderamento e a tentativa de gerar no telespectador uma admiração pela entrevistada. A cena em que Regina se ajoelha diante de uma das mulheres entrevistadas coroa esta tentativa, uma vez que o ato de prostrar-se ou ajoelhar-se diante de alguém denota respeito e admiração de caráter divinal.

Essas expressões divergem da maneira como se tratam dos demais perfis propostos para categorização das mulheres da periferia retratadas em “Esquenta!”. O segmento que se enquadra na descrição 3 Jovem/ deslumbramento, inclui uma cena em que Regina Casé dialoga com mulheres na plateia, que se mostram gratas e felizes pela participação no programa e que Regina trata com gentileza e em um tom alegre, porém não há aprofundamento no diálogo, são falas curtas, conforme o exemplo a seguir:

Regina: Ih, ela tá animadíssima lá em cima. Dá o microfone pra ela, senão ela vai se jogar! Como é seu nome, xuxu?

Mirlene: Meu nome é Mirlene, sou da Ilha do Governador. É a primeira vez que eu venho aqui, estou muito feliz, você tá de parabéns, todo mundo gosta de vocês lá de onde eu moro, adorei conhecer você!

Regina: Salva de palmas para a Mirlene e o pessoal da Ilha do Governador!¹¹

No trecho que compõe este segmento, esta e outras convidadas movimentam-se, gritam e gesticulam como estivessem extremamente felizes por estarem no programa e na televisão, e são apresentadas sob um enfoque de deslumbramento com esta condição. Por fim, a convidada apresentada com o perfil 5 Outro, é uma das pessoas do auditório, que durante interação com Regina fala sobre um caso da

10 Idem ao item anterior.

11 Trecho extraído da edição veiculada em 01 de fevereiro de 2015 do programa “Esquenta!”.

sua vida amorosa, porém a aparição aparenta um viés neutro, sem características de empoderamento ou de desqualificação.

Dessa forma, é possível perceber que o programa “Esquenta!” se utiliza da fala e da condução da própria apresentadora Regina Casé, bem como da seleção das possíveis entrevistadas, para priorizar as histórias de empoderamento, quando se trata de mulheres da periferia. Em geral, são histórias de mulheres que vivem sob diferentes tipos de desafios e dificuldades, mas que, por meio de características pessoais e força familiar ou do grupo ao qual pertencem – as baianas, o maracatu, por exemplo – souberam e conseguiram viver histórias de superação.

Percebe-se que em nenhum dos casos elas são tratadas pelo viés da hipersensualização ou pela passividade quando a causas e questões pessoais. Pelo contrário, são mostradas como mulheres ativas e protagonistas de suas próprias vidas. No entanto, o discurso das próprias mulheres é sempre validado pela apresentadora e é demonstrado com um olhar compensatório – as entrevistadas não são fortes, apenas. Elas são colocadas como fortes apenas mediante as situações que lhes foram impostas pela vida e apresentadas dessa maneira como forma de compensar outros aspectos, como se todo o restante na vida dessas mulheres fosse considerado pelo programa como negativo. No sentido de que, com a garra e a força, elas estivessem compensando as mazelas da falta de recursos para cuidados pessoais, dificuldades financeiras, desgostos estéticos ou até mesmo dificuldades como ser mãe solteira.

Também sob este viés, o discurso da apresentadora é decisivo. Por meio da fala de Regina Casé, se promove uma legitimação das mulheres como figuras guerreiras, como se apenas a fala das próprias entrevistadas não fosse suficiente. Com frequência, a entrevistada conta sua história e Regina conta novamente, com outras construções linguísticas. Esse ponto denota a utilização de um discurso que não se preocupa apenas em empoderar as minorias, mas talvez de autoempoderamento, no sentido de que as palavras dessas mulheres não conseguem demonstrar os seus deslocamentos e reorganizações a partir da alteridade, pois são condicionadas a receber por parte da audiência sempre a mesma interpretação – a sensualizada, a marginalizada.

Considerações finais

Nas últimas décadas, alguns grupos sociais vivem sob uma condição de redefinição de suas características enquanto grupos e com relação às identidades dos indivíduos envolvidos. No caso das mulheres, mudanças de ordem social, cultural e econômica, bem como as lutas do feminismo e a conquista de uma série de direitos fundamentais, vêm contribuindo para a desconstrução dos papéis e das funções sociais tradicionalmente femininas.

Em comunidades das periferias, o papel da mulher também vem reencontrando seu novo lugar, fato que, em parte dos casos, é desconsiderado quando estas mulheres são retratadas em meios de comunicação como a televisão. A partir de um olhar sobre o programa “Esquenta!”, este artigo analisou a presença da figura feminina na televisão, com o objetivo de compreender de que maneira o programa retrata estas mulheres.

Utilizando um corpus que inclui dez segmentos selecionados entre as cenas protagonizadas por pessoas não famosas durante as dez primeiras edições do programa em 2015, este artigo analisou trechos em que o programa abordou relatos destas mulheres, suas falas e o discurso da apresentadora Regina Casé, para categorizar as mulheres que tiveram suas histórias contadas em uma série de perfis – sendo estes o de 1) Mãe; 2) Guerreira; 3) Jovem; 4) Sedutora; 5) Outro.

Predominaram, nesta análise, os dois primeiros perfis – em que a mulher luta para garantir o sustento dos filhos e em que elas se posicionam como pessoas autônomas, ativas, fortes, que lutam pelos seus direitos e são responsáveis por si mesmas e pelos seus. O resultado demonstra que programa “Esquenta!” destoa do olhar que é comum nas diferentes mídias, de desqualificação e objetificação da mulher, e se utiliza das próprias histórias das participantes e da ação da apresentadora Regina Casé para promover um empoderamento das mulheres da periferia. No entanto, esse empoderamento é direcionado pelo discurso do programa no sentido de destacar a força dessas mulheres com um tom compensatório aos demais aspectos da vida de quem vive na periferia – dificuldades sociais e econômicas, aspectos estéticos, entre outros.

Referências

BHABHA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

HALL, Stuart. **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

KEHL, Luis. **Breve História das Favelas**. São Paulo: Claridade, 2010.

MEIRELLES, Renato; ATHAYDE, Celso. **Um país chamado favela: a maior pesquisa já feita sobre a favela brasileira**. São Paulo: Editora Gente, 2014.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e política: uma introdução**. São Paulo: Boitempo, 2014.

8

CONTRIBUIÇÕES DOS ESTUDOS
QUEER PARA A INTERFACE COMU-
NICATIVO-EDUCATIVA: WEBDOCU-
MENTÁRIO [SSEX BBOX]¹

Camila Oliveira
Gabrielle Staniszewski

Introdução

A concepção de sexualidade e de gênero na lógica hegemônica tradicional limitam práticas e possibilidades de identidades às categorias estáveis e binárias, homem/mulher e heterossexual/homossexual. Desse modo, os sujeitos que escapam ou transitam entre essas fronteiras são postos às margens das normas da sociedade. Nesse sentido, as diversas áreas do conhecimento tradicional sustentam esse discurso, ao passo em que reproduzem a centralidade do conhecimento e da heteronormatividade, ou seja, à produção e à reiteração compulsória da norma heterossexual, – pressupondo a heterossexualidade como uma *identidade legítima*.

A perspectiva teórica queer problematiza as noções binárias de gênero, descentralizando e apontando para possibilidades além da heteronormatividade. A palavra queer, do inglês, carrega o modo depreciativo de se referir a gays, lésbicas e trans – o mesmo que bicha,

1 Trabalho apresentado no GT Comunicação e Educação, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

sapatão, traveco, no Brasil – e ainda para pessoas que de algum modo escapam aos padrões convencionais da sociedade – como “estranho” ou “esquisito”. Segundo Louro (2009) “é ainda um insulto que, repetido à exaustão, acabou sendo deslocado desse local desprezível, foi assumido, afirmativamente por militantes e estudiosos” (LOURO, 2009, p.135).

Nesse sentido, o presente texto insere-se nas contribuições dos Estudos Queer para analisar o webdocumentário [SSEX BBOX]². A série aborda as sexualidades como tema central e apresenta testemunhos de estudantes, ativistas, artistas, educadores e outras pessoas compartilhando suas experiências e vivências. Lançado em 2012, [SSEX BBOX] foi dirigido por Priscilla Bertucci e documentado em 4 países – Brasil, Espanha, Alemanha e Estados Unidos. A partir do webdocumentário resultou o projeto de justiça social, intitulado com o mesmo nome, [SSEX BBOX] – Sexualidade fora da caixa, o qual busca problematizar as questões sobre gênero e sexualidades a partir de vários outros formatos: filmes e debates, *workshops*, *podcasts*, ocupações e festas.

Considerando a proposta de discutir as diferenças e pluralidade de sexualidades e de gênero na sociedade, o webdocumentário desperta a consciência crítica sobre a temática. Desse modo, partimos do método da leitura e análise da imagem proposto por Coutinho (2014) para observar a forma como os episódios são produzidos e buscar compreender se podemos afirmar que eles se aproximam de uma interface comunicativo-educativa, a partir dos critérios que caracterizam um produto educ comunicativo apontados por Heck (2014).

A interface: comunicação-educação

Comunicação-educação, mídia-educação, Educomunicação, educomídia. Há muitas formas de nomear a busca pela compreensão da interface comunicativo-educativa³. O que é importante ressaltar é que, embora muitas das teorias nesse novo campo se refirmam originalmente ao ambiente escolar, estamos trabalhando aqui com espaços de educação não formal, como o próprio ciberespaço. De acordo com Braga e Calazans,

2 O webdocumentário [SSEX BBOX] pode ser assistido em: <http://www.ssexbbox.com>

3 Embora diferentes autores defendam as particularidades de suas próprias terminologias, neste trabalho estamos considerando estes termos como sinônimos, por entendermos que o importante em nosso caso é a constituição da própria interface.

Estas perspectivas se colocam não só para o material informativo midiaticamente recebido – jornais impressos, telejornais, documentários, debates e entrevistas. Também no entretenimento – ficções narrativas, filmes em geral, programas musicais, espetáculos – o processo de aprendizagem se coloca (BRAGA; CALAZANS, 2001, p. 64).

Os autores apontam que é possível observar o esforço do sistema escolar na busca por manter-se e legitimar-se como principal centro de formação e aprendizagem, mas o que frequentemente percebemos é uma grande dificuldade de o sistema formal de ensino acompanhar as transformações e demandas sociais. Assim, mais que uma prática didática e escolar,

Educomunicação é essencialmente práxis social, originando um paradigma orientador da gestão de ações em sociedade. Não pode ser reduzida a um capítulo da didática, confundida com a mera aplicação das TICs (Tecnologias da Informação e da Comunicação) no ensino. Nem mesmo ser identificada com alguma das áreas de atuação do próprio campo, como a “educação para e com a comunicação” (media e educação). Tem lógica própria, daí sua condição de campo de intervenção social. (SOARES, 2011, p. 13-14)

Outro aspecto fundamental na compreensão da interface comunicativo-educativa é a noção do conceito de ecossistema comunicativo. Diferentemente da definição bastante utilizada por Martín-Barbero, na Educomunicação a expressão é utilizada como figura de linguagem, em busca de “nomear um ideal de relações, construído coletivamente em dado espaço, em decorrência de uma visão estratégica de favorecer o diálogo social, levando em conta, *inclusive*, as potencialidades dos meios de comunicação e de suas tecnologias” (SOARES, 2011, p. 44, grifo nosso). Podemos perceber, nesta fala, que a interface inclui a questão da tecnologia, mas não se limita a ela.

Da mesma forma, quando falamos em termos da relação entre aprendizagem e comunicação social, a tecnologia aparece como ponto de apoio, atuando em conjunto através da união de esforços que constituem a interface, buscando a reflexão a partir da utilização de elementos tecnológicos que sejam realmente úteis ao processo e trabalhados de forma elaborada.

Orofino (2005) denomina essas atividades ou intervenções de processos de construção de reflexividade social. São ações que

buscam avançar na crítica e problematização sociais. Veremos adiante que o vídeo surge como uma alternativa de propor essa reflexão, unindo aspectos midiáticos e educativos.

No processo de educação realizam-se, ainda, dois movimentos: um primeiro, em que é feita a mediação entre o social, a prática construída e o indivíduo, no qual se forma a base dos pensamentos individual e coletivo e é quem possibilita a continuidade do processo histórico da cultura; e um segundo, que se caracteriza pela mediação que a palavra e a imagem fazem entre o pensamento individual e o social e pela possibilidade que cada um tem de ser sujeito, de reelaborar produzindo o novo, revelando como a educação se desenvolve na tensão entre o individual e o social (MELO; TOSTA, 2008, p. 55)

A mediação da palavra e da imagem se apresentam fundamentais quando tratamos do vídeo como meio propulsor dessa relação de Educomunicação.

Vídeo como produto comunicativo-educativo

Assim como os produtos midiáticos de forma geral, é preciso ressaltar que a simples existência de um vídeo ou outro material audiovisual não garante que o mesmo seja efetivamente educomunicativo, ou que sua mensagem assegurará pluralidade e uma orientação mais democrática.

Para se verificar como a ideologia opera uma política de representações em determinado produto audiovisual é preciso levar em conta aspectos que vão desde os papéis sociais representados na tela, o número de personagens masculinos e femininos, o tempo de exibição de determinados personagens, os textos e a dimensão semântica do código verbal, os enquadramentos e movimentos de câmera, a iluminação, a trilha sonora, os cortes e a edição. O formato técnico dialoga em tempo integral com a dimensão ideológica; é impossível dissociá-los. (OROFINO, 2005, p. 90)

Assim, a construção da cidadania se dá através de práticas que dão significado ao mundo como local de luta social. Partindo da proposta da Pedagogia do Oprimido, de Paulo Freire, Orofino (2005) aponta que as tecnologias servem para auxiliar os indivíduos a significar o mundo e, a partir disso, superar os modos de exclusão, silêncio e

opressão em suas variadas formas e contextos. Resgata também a ideia do “pensar crítico” que, para o autor, seria aquele que constitui um diálogo verdadeiro entre o ser humano e o mundo social, compreendendo-os em uma relação de solidariedade – que não pode ser desfeita.

Este objetivo vai ao encontro das propostas sobre Educomunicação, baseado no fato de que a comunicação é pensada como direito de todos e o processo educ comunicativo se volta para garantir esse direito e para ampliar as formas de expressão de pessoas e grupos, garantindo que os sujeitos sociais envolvidos tenham a possibilidade de expressar-se de igual maneira, sendo a linguagem sua principal mediação. Desta maneira, a difusão de uma linguagem diferente da coloquial da televisão proporciona novas fontes de aprendizagem para os participantes do ecossistema comunicativo. (HECK, 2014, p. 80)

Observaremos essa relação quando realizarmos a análise do webdocumentário. Antes, é preciso compreender como a perspectiva dos Estudos Queer contribui para o entendimento do que estamos tratando como comunicação-educação.

Estranhando a comunicação e educação

As perspectivas dos Estudos Culturais e pós-estruturalistas impulsionaram os Estudos Queer a contestar a estabilidade das concepções clássicas de sujeito. Desse modo, respaldados pela crítica dos Estudos Feministas, “ampliam para a esfera da sexualidade reiterando a crítica ao saber como sempre inserido em relações de poder. O sujeito do conhecimento universal não é apenas masculino e branco, mas também heterossexual” (MISKOLCI, 2011, p.57).

Impulsionadas/os pela obra de Foucault, sexo/gênero é investigado por teóricas/os queer enredado por relações de poder, “através da economia política da população forma-se toda uma teia de observações sobre o sexo. Surge a análise das condutas sexuais, de suas determinações e efeitos, nos limites entre o biológico e o econômico”. (FOUCAULT, 1980, p.29).

Nesse sentido, Butler (2010) revisa a crítica genealógica de Foucault e também a nietzschiana para redirecionar a problematização acerca de gênero não para sua possível “origem ou causa”, mas para os “efeitos de instituições, práticas e discursos” que o regulam. À vista disso, a filósofa sinaliza para a matriz de inteligibilidade cul-

tural, que busca designar as identidades de acordo com a relação de continuidade entre sexo, gênero e desejo.

Embora a fixidez binária produzida entre biológico e cultural se inscrevam de múltiplos modos, categorizando e hierarquizando identidades de acordo com a lógica hegemônica da heterossexualidade compulsória, é preciso ressaltar as contradições da estabilidade fronteiriça entre sexo e gênero, ao passo em que são ultrapassadas pelas identidades que escapam à matriz de inteligibilidade:

Sua persistência e proliferação criam oportunidades críticas de expor os limites e os objetivos reguladores desse campo de inteligibilidade e, consequentemente, de disseminar, nos próprios termos dessa matriz de inteligibilidade, matrizes rivais e subversivas de desordem de gênero (BUTLER, 2010, p.39).

Na medida em que discute efeitos que reiteram a heterossexualidade compulsória, a autora perturba a lógica da matriz de inteligibilidade cultural ao evidenciar as possibilidades subversivas das identidades, ao passo em que desestabiliza a fixidez aparente de sexo e gênero e então revela o que denomina “*status* performativo do próprio natural”. Desse modo, Butler (2010, p. 200), ênfase no original, propõe que “gênero é uma identidade tenuemente constituída no tempo, instituído num espaço externo por meio de uma *repetição estilizada de atos*”. Silva (2014, p. 89) ainda complementa, afirmando que, se compreendida por esse viés, a questão denunciaria a “artificialidade de *todas* as identidades”.

Nesse contexto, ao discutir a instabilidade das fronteiras normativas, Louro (2001) resalta que o âmbito educacional também se vê desafiado:

Escola, currículos, educadoras e educadores não conseguem se situar fora dessa história. Mostram-se, quase sempre, perplexos, desafiados por questões para as quais pareciam ter, até pouco tempo atrás, respostas seguras e estáveis. Agora as certezas escapam, os modelos mostram-se inúteis, as fórmulas são inoperantes. Mas é impossível estancar as questões. Não há como ignorar as “novas” práticas, os “novos” sujeitos, suas contestações ao estabelecido. A vocação normalizadora da Educação vê-se ameaçada. (LOURO, 2001, p. 542)

A partir disso, esta autora propõe a articulação dos Estudos Queer com a educação e empreende inicialmente na tradução do ter-

mo *queering the curriculum*, ao adequar a expressão gauchesca “estranhar” como tentativa de colocar a proposta em ação:

Colocar em ação algo que me parece implícito no uso gauchesco de estranhar: passar dos limites, atravessar-se, desconfiar do que está posto e olhar de mal jeito o que está posto; colocar em situação embaraçosa o que há de estável naquele “corpo de conhecimentos”; enfim fazer uma espécie de enfrentamento das condições em que se dá o conhecimento. (LOURO, 2009, p. 64)

Dessa forma, a autora recorre à matriz de inteligibilidade cultural e ressalta que os sujeitos que escapam de algum modo à norma serão colocados à margem das preocupações de “um currículo ou de uma educação que se pretenda para a *maioria*” (LOURO, 2009, p. 66, ênfase acrescida). Portanto, ao considerarmos a proposta do webdocumentário [SSEX BBOX], o qual aborda sexualidades e gênero em uma perspectiva plural, buscamos compreender se de algum modo é possível reconhecer uma aproximação entre a interface comunicativo-educativa, ao passo em que possamos estranhar os eixos da comunicação e da educação com as contribuições dos Estudos Queer.

Método e critérios de análise

Partimos da proposta de leitura e análise da imagem de Coutinho (2014) para construirmos o método aqui utilizado. A autora acredita que o principal aspecto de uma análise como esta é observar a capacidade das imagens em comunicar uma mensagem, sejam estas imagens disseminadas em mídias de massa, filmes ou mesmo na Internet.

Quando estamos tratando de imagens em movimento, a forma mais comum de compreendermos estas imagens é como narrativa. Porém, “mais do que apenas experimentar a comunicação efetuada via imagem, o pesquisador deve ser capaz de relacionar suas hipóteses ao registro visual, ainda que a partir de suas características ou ‘operadores não discursivos’” (COUTINHO, 2014, p. 337). Surge, assim, a necessidade de direcionarmos o olhar, estabelecendo um percurso de leitura dessas imagens.

Realizamos, portanto, uma análise da imagem considerando os critérios que compõem um produto educomunicativo reunidos por Heck (2014) como categorias orientadoras deste percurso. Ao

sistematizar as definições de autores que trabalham com a interface comunicativo-educativa, Heck estabelece como elementos/características definidores de um produto ou processo educomunicativo:

1. Ações destinadas ao planejamento, implementação e avaliação de processos e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos abertos e democráticos em espaços educativos formais ou não formais;
2. É baseado em um processo dialógico e interativo;
3. Prescinde a presença de inclusão midiática e o domínio sobre as tecnologias da comunicação e informação com o propósito de melhoria nas formas de expressão e relação dos envolvidos e promover o uso adequado dos recursos da informação nas práticas educativas;
4. Possui interdiscursividade e o discurso transversal que contempla a multidisciplinaridade e a pluriculturalidade;
5. Visa à compreensão e o uso de sistemas simbólicos das diferentes linguagens para desenvolver o espírito crítico dos usuários de meios massivos, melhorar o coeficiente comunicativo das ações educativas e intervir nas relações de poder em espaços comunicativos e/ou educativos. (HECK, 2014, p. 72)

Partiremos dos itens acima elencados para analisar em que medida os episódios⁴ do webdocumentário [SSEX BBOX] se aproximam de uma interface comunicativo-educativa.

Possibilidades fora da caixa

Levando em conta o indicado por Orofino (2005), de se observar o formato técnico utilizado na produção do material audiovisual, percebemos que a proposta do webdocumentário de discutir as sexualidades, embora utilize recursos técnicos simples e uma linguagem linear, se apresenta de modo dinâmico. Os vídeos possuem a duração entre 10 e 22 minutos, se iniciam com a vinheta com o nome do projeto, [SSEX BBOX] – sexualidade fora da caixa, e logo seguem com as pessoas/personagens que tratarão dos temas de cada episódio. No decorrer dos 5 episódios apresentam-se entre 7 e 12 indivíduos; ativas, estudantes, educadores, escritores, psicoterapeutas e artistas de 4 países – Brasil, Espanha, Alemanha e Estados Unidos. Os de-

⁴ Foram lançados um total de 7 episódios, mas estamos trabalhando nessa pesquisa apenas com os 5 primeiros, visto que os demais ainda não foram disponibilizados na versão brasileira (legenda em português).

poimentos são alternados em sequências curtas, o que evita tornar a discussão exaustiva, já que a potencialidade interativa do âmbito virtual demanda essa precaução.

Os temas abordados nos episódios são: sexo, sexualidade infantil, religião, homofobia e gênero. Todos os – cinco – episódios iniciam diretamente na temática, em uma estrutura dialógica, na qual as pessoas interagem diversas vezes com a câmera – equipe/direção – ou ainda em um diálogo informal, com outras pessoas participantes.

O webdocumentário é introduzido por discussões sobre o que é sexo, na medida em que também questiona a lógica ocidental tradicional que categoriza e reduz sexo em atributos biológicos, a um *ato* que ocorre entre *homem* e *mulher*. Como podemos notar na fala do educador sexual, Charlie Glickman:

Há um monte de outras maneiras de fazer sexo. É mais fácil pra eu te dizer o que o sexo não tem que ser: Sexo não tem que ser com um parceiro, não tem que ser a relação sexual entre pênis e vagina, não tem que ser sexo oral, não tem sequer que ser estimulação genital direta. Para muitas pessoas sexo é sobre prazer, mas não sempre. Você pode fazer muitos dos mesmos atos e experimentar muito prazer ou bem pouco prazer e ainda assim ser considerado sexo. (SSEX BBOX, 2012)

No desenvolver, discute-se sobre os sintomas de (não) se falar sobre sexo na sociedade, o que faz com que as pessoas se sintam culpadas de algum modo. Nesse sentido, culpa e vergonha se relacionam com o sexo de diversos modos e práticas que regulam o social. O segundo episódio ilustra parte dessa questão, na medida em que traz a sexualidade infantil para discussão e observa que o assunto é tratado enquanto tabu, ensinando-se desde cedo às crianças, em fase de descoberta, que o prazer é algo vergonhoso e embaraçoso, e então sexo/sexualidade adquire uma esfera negativa de significações.

A religião reitera o sentimento de culpa/vergonha e designam práticas em relação à sexualidade como condições pecaminosas, atuando como mecanismo de controle e poder. O terceiro episódio apresenta manifestações na Alemanha, em novembro de 2011, em Berlim, em repúdio às declarações conservadoras do Papa Bento XVI e sua presença no parlamento. Nesse contexto, no episódio seguinte, ao discutir sobre a homofobia, também retoma a influência de poder da religião no âmbito jurídico, no qual possui bastante relevância, na

medida em que dificulta – e dificultou historicamente no Brasil todas as tentativas dos projetos de lei relacionados à criminalização da homofobia – o trâmite das propostas relacionadas aos gays, lésbicas e trans. Desse modo, observa-se a potencialidade do webdocumentário em conscientizar politicamente as pessoas em um alcance global, observando como a religião interfere nessas discussões a partir da perspectiva dos dois países – Alemanha e Brasil.

No decorrer, a homofobia é abordada em relação aos constantes crimes de violência que acontecem em São Paulo. Marina Bruno, estudante, relata que seus amigos evitam andar de mãos dadas, temerosos dos crimes cometidos por grupos de skinheads, e fala acerca da contradição do precário respaldo político da cidade e também da falta de integração do movimento gay: “Tem muito preconceito próprio, tipo, gay que não gosta de bissexual, que não gosta de travesti, é um absurdo tão grande” (SSEX BBOX, 2012). Nesse mesmo sentido, o designer Sargi Talló afirma que “para muitos gays, ser aceito significa ‘heterossexualizar sua homossexualidade’” e que *ao sair do armário* encontrou a homofobia em geral, no mundo gay e a sua volta, e que se incomoda com o fato de que “gays criticam as lésbicas; que as lésbicas critiquem os transexuais; que os gays, lésbicas e transexuais critiquem os bissexuais”.

Por fim, o quinto episódio introduz a pergunta sobre a diferença entre sexo, identidade de gênero e orientação sexual para debater sobre as categorias de sexo/gênero determinados pelo caráter biológico. Nesse sentido, aponta para a insuficiência dos binarismos para compreender gênero, na medida em que identidades não se limitam às categorias ou “caixas” – homem/mulher e masculino/feminino. Ainda que pessoas se identifiquem nessas classificações, a pertinência em estabelecer a relação de continuidade entre sexo/gênero desencadeia marcadores de diferenças socioculturais, conforme posto em discurso práticas e ações que definem papéis sociais de acordo com o “sexo”.

Desse modo, percebemos que a proposta do webdocumentário [SSEX BBOX], na medida em que discute sobre os limites que enredam a sexualidade e gênero na lógica ocidental hegemônica, expande essas noções através de múltiplas perspectivas – educativas, intelectuais e pessoais –, desperta para estranhar as faces que regulam a sexualidade e para as possibilidades “fora da caixa” da heterossexualidade compulsória.

Nesse sentido, podemos afirmar que os episódios atuam no âmbito dessa interface a que chamamos comunicativo-educativa, “tendo sempre em mente que o discurso midiático não é monolítico, mas, sim, e como a própria realidade, ele é permeado de contradições” (OROFINO, 2005, p. 94).

Da aplicação sistemática dos critérios de análise

Além das características identificadas e já apontadas acima, partindo dos critérios estabelecidos anteriormente por Heck (2014), também reafirmamos estas propriedades comunicativo-educativas presentes no webdocumentário:

(A) Ações destinadas ao planejamento, implementação e avaliação de processos e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos abertos e democráticos em espaços educativos formais ou não formais;

Podemos considerar neste caso o webdocumentário como um produto comunicativo disseminado em um ambiente de educação não-formal (ciberespaço). Além dessa relação inicial, os vídeos apresentam a discussão de sexualidade e gênero de forma testemunhal, mas também didática, ao trazerem depoimentos de pesquisadores e explicações para desmistificar o caráter essencialista relacionado à temática. As sexualidades são sempre abordadas por perspectivas positivas, em seus diversos aspectos, seja em relação ao sexo, às expressões de desejo ou à sexualidade infantil, que costuma ser um tabu para a sociedade.

Percebemos também grande esforço do produto midiático em incluir os temas em um espaço mais democrático de direitos e livre exercício da cidadania, especialmente ao problematizar o preconceito e violência associados à heteronorma, disseminados nas múltiplas faces da sexualidade.

(B) É baseado em um processo dialógico e interativo;

Os cinco episódios analisados possuem esse caráter dialógico e interativo apontado por Heck (2014), na medida em que foram produzidos levando em conta depoentes e pesquisadores de 4 países distantes entre si (Brasil, Espanha, Alemanha e Estados Unidos), apresentando, assim, uma pluralidade de pontos de vista socioculturais. Igualmente, como afirmamos acima, embora não tenha a capacidade de dialogar diretamente com o público, por se tratar de um produto audiovisual, há um esforço de olhar diretamente para a câmera em alguns momentos, e há a interação entre os próprios participantes, criando uma atmosfera de diálogo e compartilhamento.

O webdocumentário também foi disponibilizado nas plataformas de compartilhamento de vídeo, Vimeo e YouTube, o que permite certo grau interação com o público, além de se estender às demais atividades do projeto[SSEX BBOX] – Sexualidade fora da caixa, ao qual o webdocumentário pertence, realizando *workshops*, exibição de filmes e debates sobre o tema.

(C) Prescinde a presença de inclusão midiática e o domínio sobre as tecnologias da comunicação e informação com o propósito de melhoria nas formas de expressão e relação dos envolvidos e promover o uso adequado dos recursos da informação nas práticas educativas;

Não pretendemos nos demorar neste item, visto que a descrição dos episódios realizada acima já apresenta esse caráter com clareza: os vídeos utilizam linguagem simples, mas possuem uma preocupação técnica coma construção narrativa. É informal ao mesmo tempo em que se apresenta como um produto comunicativo produzido com profissionalismo.

(D) Possui interdiscursividade e o discurso transversal que contempla a multidisciplinaridade e a pluriculturalidade;

Os episódios são concebidos ouvindo-se várias diferentes vozes: pessoas que pesquisam sobre sexualidades a partir de várias áreas do conhecimento, outros que atuam na militância da positividade em relação ao sexo, etc. Assim, ouvimos várias vozes inicialmente diferentes entre si, que apresentam pontos de vista convergentes, mas oriundos de diferentes locais epistemológicos, experienciais e culturais. Performances são misturadas a entrevistas em escritórios, conversas em espaços urbanos, a bate-papos na mesa do jantar.

(E) Visa à compreensão e o uso de sistemas simbólicos das diferentes linguagens para desenvolver o espírito crítico dos usuários de meios massivos, melhorar o coeficiente comunicativo das ações educativas e intervir nas relações de poder em espaços comunicativos e/ou educativos. (HECK, 2014, p. 72)

Vimos que estas relações de poder são centrais ao entendimento dos Estudos Queer. Assim, a intenção de intervenção aparece na medida em que se problematiza a heteronormatividade compulsória e se ressalta a violência não apenas física, mas simbólica, produzida pela regulação da sexualidade, que afeta todos os sujeitos, marginalizando aqueles que escapam à *norma*.

Embora a Internet ainda suscite dúvidas acerca de poder ser considerada ou não um meio massivo, é fato de que ela oportuniza a voz às pessoas, podendo assim levar o webdocumentário e a discussão das sexualidades a um amplo público através desse espaço mais democrático, fato que dificilmente aconteceria através dos meios tradicionais de comunicação.

Considerações finais

Compreendemos, como citado anteriormente, os esforços da Educação e também da Comunicação, em acompanhar as demandas sociais. Ao mesmo tempo, porém, a lógica hegemônica se mantém resistente nos meios tradicionais e reitera a estabilidade obsoleta do conhecimento e do sujeito universal. Nesse sentido, na medida em que expande as fronteiras epistemológicas da comunicação e da educação, a interface comunicativo-educativa proporciona uma alternativa para construção de uma sociedade plural, como no caso apresentado do webdocumentário e do projeto de justiça social [SSEX BBOX] – Sexualidade fora da caixa, que desempenham formas de discutir gênero e sexualidades além da [heteronorma].

Os Estudos Queer, com perspectivas dos Estudos Culturais, nos direcionam para as fronteiras da heterossexualidade compulsória e nos desafiam a desestabilizá-la, questioná-la ou ainda subvertê-la. De acordo com Louro (2009), devemos “estranhar” as circunstâncias em que se dá o conhecimento para então desestabilizar o que é conhecido e compreender as condições que permitem ou impedem de se conhecer. Apesar de a heteronormatividade ser o principal marcador de diferença problematizada pelos Estudos Queer, sua crítica não se reduz à contemplação de corpos abjetos (aqueles dos que não gozam do status de sujeito) ou ao discurso libertário homossexual. Empreende-se em questionar os limites que reiteram diferenças que se organizam a partir das sexualidades, heterossexualizadas ou não.

Desse modo, a produção de conhecimento sobre sexualidades se faz relevante para ampliar a possibilidade de expressões, significações, pluralizar o diálogo social e procurar formas de colocar o conhecimento em ação. O webdocumentário surge, assim, como alternativa estratégica – e por que não, educativa – para construir criticamente um novo ecossistema comunicativo.

Referências

BRAGA, J. L.; CALAZANS, R. **Comunicação e educação**: questões delicadas na interface. São Paulo: Hacker, 2001.

BUTLER, J. **Problemas de gênero**. Feminismo e subversão da identidade. Trad. Renato Aguiar. 3ª Ed. Trad. Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

COUTINHO, I. Leitura e análise da imagem. In: DUARTE, J.; BARROS, A. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 330-344.

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade I**. A Vontade de Saber. Trad. Maria Thereza da Costa Albuquerque, J. A. Guilhonf Albuquerque. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Graal, 1980.

HECK, A. P. **Uma ideia e um escrúpulo**: a apropriação de Capitu como experiência educacional. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Setor de Artes, Design e Comunicação. 253f. Curitiba: UFPR, 2014.

LOURO, G. L. Foucault e os estudos queer. In: RAGO, Margareth; VEIGA-NETO, Alfredo (Org). **Para uma vida não-fascista**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009. p. 135-142.

_____. Teoria Queer: Uma Política Pós-Identitária para a Educação. In: **Revista Estudos Feministas**. V.9 n.2 Florianópolis: IFCH, 2001.

MELO, J. M. de; TOSTA, S. P. **Mídia & Educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

MISKOLCI, R. Não ao sexo rei: da estética da existência foucaultiana à política queer. In: SOUZA, Luís Antonio F.; SABATINE, Thiago Teixeira ; MAGALHÃES, Bóris Ribeiro (Org). Michael Foucault: Sexualidade, corpo e direito. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011.

OROFINO, M. I. **Mídias e mediação escolar**. Pedagogia dos meios, participação e visibilidade. São Paulo: Cortez: Instituto Paulo Freire, 2005.

SILVA, T. T. da. A produção social da identidade e da diferença. In: Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Tomaz Tadeu da Silva (org.). Stuart Hall ;Kathryn Woodward. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2014.

SOARES, I. de O. **Educomunicação**: o conceito, o profissional, a aplicação. Contribuições para a reforma do Ensino Médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

9

QUEERIZANDO IMAGINÁRIOS: A POTÊNCIA EDUCATIVA-COMUNICATIVA DA PERFORMANCE ARTE¹

Camila Olivia-Melo

Introdução

*“Você sempre aprende a partir da observação.
Você tem que sacar as coisas não verbais porque
as pessoas nunca vão te dizer aquilo que você deveria saber.
Você tem que perceber isso por você mesma:
qualquer coisa que seja para a sua própria sobrevivência.
Você se torna forte quando começa
a fazer as coisas que te fazem forte.
E é assim que a verdadeira aprendizagem acontece.”*
Audre Lorde

¹ Trabalho inscrito para o GT Comunicação e Educação, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM.

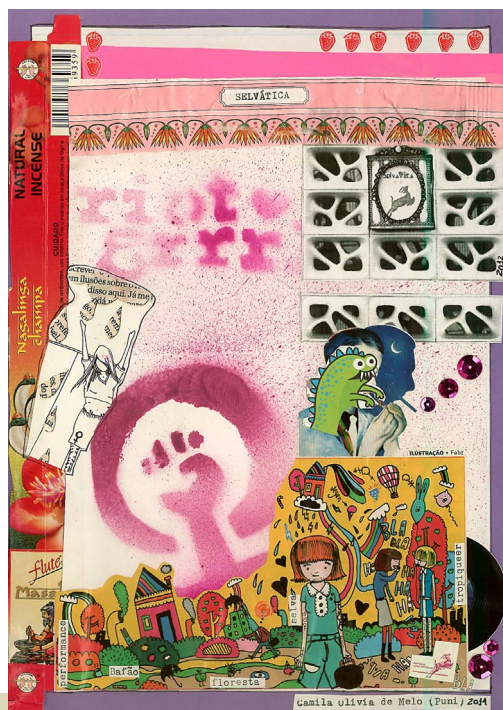


Figura 1 – Selvática
Fonte: Camila Puni (2014)

As linhas aqui trançadas para esse artigo seguem o processo de investigação a respeito do potencial educativo que a performance arte pode atingir a partir de um recorte feito em minha dissertação de mestrado². Foi durante dois anos (entre 2012-2014) que percorri os caminhos da investigação etnográfica em uma casa de ações artísticas da cidade de Curitiba-PR, a Casa Selvática³. Nesse ambiente de suor, cheiro de incenso, e expressões corporais múltiplas, pude observar três

2 Faço referência a minha dissertação de mestrado intitulada: “Do palco ao asfalto, dos meios aos corpos: observando os tentáculos da performance-polvo como estratégias comunicativa-educativa” defendida em Curitiba-PR no ano de 2014 na UFPR (Universidade Federal do Paraná) no setor de Pós-graduação em Comunicação, na linha de Comunicação, Educação e Formações Socio-culturais, com orientação de Regiane Ribeiro.

3 A Casa Selvática desde 2010 tem sido um dos espaços para fomentação-experimentação artística na cidade de Curitiba. Mantendo-se de maneira autogestionada (com um coletivo de mais de 10 pessoas) a casa abre espaço para instalações, oficinas, debates sobre principais temas relativos a corpo e, além disso, há também as festinhas performáticas com apresentações espontâneas, músicas e bebidas. Uma casa de 2 andares, quintal com girassóis e ametistas cor de rosa nas paredes.

*performers*⁴ que com suas *corpas*⁵ comunicavam seus saberes rasgados, suas indignações e desajustes ao hetero-pensamento⁶ por meio das ações performáticas. A Figura 01 - a cima inserida - é uma das colagens (a qual tenho chamado de arte-fanzine) produzidas para trazer elementos imagéticos ao texto da dissertação, nela é possível observar alguns dos elementos subjetivos que observei-senti em campo⁷.

E já que “sempre se aprende a partir da observação”, como a poeta lésbica negra Audre Lorde afirma, acabei refletindo justamente sobre os processos de educação a partir desse momento de “observar” que a performance arte proporciona. Dessa maneira estive instigada a desmanchar o binarismo emissão-recepção e a perspectiva instrumentalista do campo da Comunicação - linha a qual estive na pesquisa do mestrado - segui com a vontade em encontrar linhas de fuga à concepção heteronormativa de mundo. Para isso desamarrei-me de artefatos materiais (como os tradicionais objetos de estudo da área: capas de revistas ou telejornais) para alçar voo em uma pesquisa investigativa sobre as corporalidades dissonantes, *corpas* gordas, peludas e híbridas, enfim, corporalidades que tensionam, o que Judith Butler (2012) nos mostra como matriz de gênero.

Estive em uma linha de inter-relação: comunicação-educação, o que me apontou rotas para explodir o entendimento tradicional de educação⁸, procurando pensar os saberes em ambientes educativos não formais. Nesse sentido a própria Casa Selvática adquiriu características de um local com troca de saberes. Além do que, a minha perspectiva ao observar os transcurso de comunicação-educação na performance arte era apontada pelos Estudos *Queer*. Por isso os processos comunicativos se desenvolviam - sob o meu olhar - de maneira política-educativa. Aqui quero frisar a potência política das corporalidades observadas na Selvática produziam em suas apresen-

4 Guilherme Ossani, Stéfano Belo e Tamiris Spinelli. Utilizo nomenclaturas diferentes no texto, seguindo a própria vontade das interlocutoras, segue respectivamente: A Gui, Théo o Belo e Miro.

5 Utilizo em alguns momentos “*corpas*” ao em vez de *corpos*, para utilizar o vocabulário nativo.

6 O termo hetero-pensamento diz respeito ao debate sobre heterossexualidade compulsória, para isso ver Elisete Schwade (2010), ou Monique Wittig (1980).

7 Atualmente dedico-me à continuação dessa pesquisa através do PPGDesign na PUC-Rio dentro do grupo de pesquisa LARS (Laboratório de Representação Sensível no Design) sendo orientada por Denise Portinari.

8 Importante citar a minha fundamental participação no grupo de pesquisa LABIN - Laboratório de Investigação em Corpo, Gênero e Subjetividade na Educação (PPGE-UFPR) de coordenação de Maria Rita de Assis César e Jamil Sierra, pois foram dentro desse laboratório que me surgiram as principais reflexões sobre uma possível educação queerizada. Com as discussões do grupo pude traçar as rotas de escrita do item “Borrando imaginários educativos” de minha dissertação de mestrado, defendida em 2014 em Curitiba-PR (UFPR).

tações performáticas, uma potência, como Théo, o Belo afirma, de “energia-informação”.

Importante ainda é pontuar meu entendimento de performance arte. Essa expressão corporal subjetiva, de poucos objetos, mas muitos pequenos detalhes que vai chacoalhando nosso entendimento de arte-comunicação-educação, que vai perturbando nosso pensamento linear e binário. Essa maneira corpórea de emitir mensagens de si, de subjetividades comunicantes tenho chamado de performance-polvo⁹.

RoseLee Goldberg, (2006, p. 8) nos conta que a performance ao longo do tempo tem sido um “meio ou um canal” para dirigir-se a um público, levando questões críticas em relação, principalmente, às concepções hegemônicas de arte e cultura. Tal obra, como a autora chama, pode ser produzida como um “espetáculo” (solo ou grupo) e também como criação do próprio *performer*. Sendo possível agregar a ela elementos para iluminação, figurino e música simples ou sofisticados. Escandalizando e chocando a plateia seja no teatro ou na esquina, no café ou no bar, a performance apresentaria assim, criticidade. Marvin Carlson (2004, p. 216) caminha com o conceito no mesmo sentido, pois diria que a performance é um fascinante processo de “autoexperimentação” e “autorreflexão” tanto para as questões culturais como pessoais, chegando a ter força autobiográfica.

Para além desse debate teórico, o que entendo por performance arte, está mais para performance-polvo do que performance-arte. Tenho em meu diário de campo, uma passagem onde minha interlocutora A Gui conta que a performance seria “*uma intersecção de linguagens, um polvo que se alimenta de diversas linguagens artísticas para fazer uma outra coisa*”. A Gui reflete também que a performance pode ser uma maneira de trabalhar na “*própria carne*”, uma ação de sua própria vida. O corpo seria, então, a sua própria obra. Tomando o corpo como ferramenta de emissão de mensagens, ainda é possível perceber nessa ideia de performance-polvo o sentido de “aderência” que ela alcança. Chego então a compará-la literalmente com um polvo. Um polvo por justamente reunir imageticamente os reinos (os moluscos marinhos e os animais humanos) e, assim ilustra a *performer* como tendo muitos tentáculos, que buscam elementos em diversos lugares para aderir em suas mãos-ventosas diferentes linguagens e objetos, produzindo comunicação e educação.

9 Quando for me referir diretamente às performances observadas na Casa Selvática, vou utilizar o termo que criei na dissertação: performance-polvo.

Nesse sentido, o que posso fomentar a partir do que vivenciei, se mostra mais como uma provocação de “vontade de saber” do que um resultado conclusivo. Por isso proponho o seguinte questionamento: que potencial educativo a performance arte pode atingir? E me refiro aqui às relações de trocas de saberes e experiências entre os/as participantes –frequentadores/as da Casa Selvática ou quem tivesse tido contato com os trabalhos das *performers* – e a própria *performer* que encontravam nesse ambiente educativo não formal (a Casa Selvática) terreno para fluxos e expurgos de suas questões ao imperativo heterossexual.

Como já foi dito, me proponho no artigo a pensar a inter-relação comunicação-educação e o mexicano Jesús Martín-Barbero (2004) é um dos teóricos a trabalhar criticamente essa relação. O autor aponta os descompassos entre os espaços formais de educação e a entrada dos meios de comunicação na América Latina e nos aproxima com uma rápida contextualização da comunicação e educação no Brasil. A esse diálogo trazemos as provocações de Guillermo Gómez-Orosco (1998) tencionando o binarismo emissão-recepção quando incentiva ao campo a produção e circulação de mensagens próprias.

Ao debate por um conceito de educação aberto, Suzanne Luhmann (1998, p. 154) nos mostra as provocações que os Estudos *Queer* trazem a educação, e assim podemos pensar como a autora propõe: “estratégias de subversão” aos saberes normativos. Justamente a esses saberes normativos e ao conhecimento tradicional que os filósofos Silvio Gallo (2008) e Jorge Larrosa (2013) vão se opor, e nesse debate retiram da terra as raízes que melhor possam auxiliar nas metáforas do pensamento educativo, mostrando a intensidade que a experiência atinge nas relações educativas. Há ainda as intervenções narrativas de nossas interlocutoras para pensarmos o potencial educativo que a performance arte pode atingir nesse contexto.

Queerizando imaginários educativos

Dentre as principais inspirações de Martín-Barbero (2000, 2004), para pensar também os processos educativos, encontramos a antropóloga Margaret Mead. É com o trabalho de Mead que o filósofo aponta o medo da mudança no território da educação, propondo intensificar o pensamento criativo no campo em que as áreas da comunicação e educação se inter-relacionam. Nesse sentido, podemos

pensar o contexto histórico-social que o filósofo concentra sua energia: a década de 1990 na América Latina. O campo da educação em território latino enfrentava (talvez ainda enfrente) dois marcantes descompassos: o primeiro relacionado ao acesso e condições educativas para a escolaridade básica; e o segundo referente ao vácuo histórico na produção e desenvolvimento de saberes científicos e tecnológicos. Vale destacar ainda que as propostas governamentais Latino Americanas nesse período concentravam-se em ampliar e consolidar a educação formal superior. Isso para garantir o fortalecimento da produção de conhecimento técnico e individualizado, apenas. (MARTÍN-BARBERO, 2004).

Sendo assim, percebemos na contemporaneidade a dificuldade dos espaços educativos no Brasil em praticar as transformações dos “novos modos de ler” o mundo. Aqui pensemos nas diversas linguagens de aprendizado que se distanciam do livro, do conhecimento técnico e assim perceber a acentuada concepção amedrontadora e “perversa” que a tecnologia e seus artefatos causam nas práticas educativas. Dito de outro modo, as diversas maneiras de ler e sentir o mundo não poderiam ser feitas apenas através de técnicos, fixos e individualizados artefatos, muito menos quando tais artefatos acabam por serem inseridos forçosamente nos ambientes educativo. Com isso, Martín-Barbero (2004) nos apresenta um quadro mecânico e unidirecional dos modos de ler o mundo que, para o autor, são passivas e unívocas. Para enfrentar esse quadro, seria necessário perder a localização óbvia e “sagrada” dos saberes, fragmentar sua totalidade, borrar suas dicotomias livro-aluno/a e, com isso, pluralizar os imaginários educacionais.

Assim como Martín-Barbero (2000, 2004) o pesquisador mexicano Gómez-Orozco (1998) propõem repensar os envolvidos nas práticas educativas, ou como chama “sujeitos partícipes”, em “seu contexto atual”. A preocupação do teórico está relacionada às problemáticas envolvendo os meios nos ambientes educativos, ou à comunicação como educativa. Para o autor, as ações comunicativas necessariamente precisam exercer uma potente possibilidade de expressão, “o objetivo é a alfabetização cultural múltipla de todos para podermos nos expressar em distintas linguagens, com distintas lógicas de articulação, e **circular nossas próprias mensagens**, e não somente recebermos as mensagens de outros.” (GÓMEZ-OROZCO, 1998, p. 251, grifos nossos).

Sendo assim, não haveria na contemporaneidade espaço para o binário reducionista emissão-recepção, pois os sujeitos estariam circulando suas próprias mensagens em todos os níveis: emitindo, interpretando, produzindo e interagindo. Entendemos a dicotomia emissão-recepção como um dos paradigmas a nos incomodar, apresentando uma noção simplificadora que exclui e demarca a diferença, principalmente quando essa dicotomia ainda se faz presente nas relações sociais-educativas-comunicativas. Esse binarismo provoca, portanto, um pensamento polarizado e simplista que impede qualquer possibilidade de existência social, de criação, de conhecimentos, de corpos, de voz, ou de ação comunicativa que seja transdisciplinar, ou que esteja fora desse modelo, “há um problema muito sério, porque para pensar transdisciplinarmente é necessário superar o dualismo, pois o dualismo é, em termos epistemológicos, a simplificação máxima do complexo e, portando, a impossibilidade de pensar a ambiguidade e as contradições. (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 144).

Nesse sentido, Gómez-Orozco (2012)¹⁰ também propõem partir de uma condição de “receptores anônimos” para uma “recepção de interlocução” sendo criativa e crítica. O que pulverizaria com a noção binária da comunicação baseada em produzir e receber, apenas. A comunicação é entendida, pelo autor, como produtora de sentidos, como participativa, como prática de criação. A comunicação nessa perspectiva é produzida a partir das próprias mensagens situando-se nos contextos histórico-social-cultural.

No território brasileiro — além dos descompassos e fragilidades que o campo educacional encontra frente à inserção das mídias tecnológicas e seu abismo na produção de conhecimento cultural —, um importante — se não fundamental — aspecto desse debate ainda pode ser pontuado: os desajustes entre os saberes sobre gênero e sexualidades nas práticas educativas da atualidade. Observemos com esse olhar de gênero, o silenciamento que a educação institucional produz sobre o corpo.

Inspirada substancialmente pelo filósofo Michel Foucault, Guacira Lopes Louro (2000, 2001, 2007, 2008, 2009) concentra sua energia teórica e traz como central ao debate educacional contemporâneo¹¹ as questões provocadoras dos Estudos *Queer* envolvendo

10 CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E CONSUMO - ESPM, 2, 2012, São Paulo.

11 Para o mesmo tema, no contexto brasileiro, ver: Maria Rita César (2009), Rogério Junqueira (2012).

as temáticas de gênero e sexualidades. O maior obstáculo para que essas pautas cheguem até as relações educativas seria justamente seu aspecto escorregadio, pois caminha para as discussões sobre o corpo, para o questionamento do que é normal/anormal, de seus valores morais e de suas verdades em discursos autorizados, “Na escola, pela afirmação ou pelo silenciamento, nos espaços reconhecidos e públicos ou nos cantos escondidos e privados, é exercida uma pedagogia da sexualidade, legitimando determinadas identidades e práticas sexuais, reprimindo e marginalizando outras (LOURO, 2000, p. 21).

Pautando-se nessa perspectiva *queer* procuramos pensar os saberes por meio de suas interações, em ambientes educativos não formais, com um conceito aberto da educação possibilitando considerar o próprio corpo como mediação de conhecimentos. A própria provocação e perturbação que os Estudos *Queer* provocam na educação normativa, como veremos a seguir com Suzanne Luhmann (1998), se torna o ponto em que acontece a afetação para os saberes, tornando possível trabalhar com a perspectiva aberta da educação. Essa perspectiva aberta certamente encontra barreiras e dificuldades para tornar relacional as dinâmicas sociais, históricas e culturais dentro do próprio entendimento de educação, para deixar de lado a sua carga de normatividade e seu peso de sabedoria fincado nos livros e nos professores/as.

Tais dificuldades também aparecem nas entrevistas, pois nossas interlocutoras apresentam diferentes entendimentos, ou preferências conceituais, quando tocamos no tema: **potencial educativo das performances**, apresentando discordâncias — por justamente — o entendimento de educação estar na maioria das vezes ligado aos saberes normativos. Enquanto a Gui se incomoda com a sugestão de educação, pois questiona “*o que é aprender algo?*”, ou quando ainda se opõem ao “*modo cartesiano, escolar, de significado e significante*” —, Théo, o Belo, não se prende a isso, afirmando achar que sim, que existe nas performances uma relação educativa com uma “*energia-informação que vai passando*”. Já Miro afirma que nem sempre há uma relação educativa nas performances ou em seus trabalhos de vídeoperformance, “*Não sei se educação seria a palavra, acho que não sempre... porque cada espectador tem o seu tipo de abertura*”.

A performance arte é um dos elementos que nos interpela a encontrar estratégias que relacionem as áreas da comunicação e da educação como fomentadoras de novos saberes-mosaicos — aqueles modos de apreender os conhecimentos nos artefatos não legitima-

dos, que estão espalhados no mundo, no corpo. Suzanne Luhmann (1998) encontra nos Estudos *Queer* inspiração para trazer ao campo da educação diferentes perguntas, diferentes ângulos para formular questionamentos, e com isso apresenta um cenário pedagógico em que seria possível inverter, trocar de lugar, chacoalhar de ponta cabeça a lógica da disseminação de saberes e a pretensa “iluminação dos sem luz”. Com a autora é possível pensar uma atividade educativa distante da transmissão e próxima da criação de novas disposições ao aprender. Dizendo de outra maneira, a criatividade em perceber quais as relações de aprendizado são possíveis, ou não, em determinados instrumentos. Podendo assim despertar a curiosidade educativa nos sujeitos envolvidos.

A teia educativa de Luhmann (1998, p. 154) instiga a provocar e interferir nas ações e práticas cotidianas, mostra que seria necessário uma “**estratégia de subversão**” ao campo da educação. Assim subverter dicotomias, ou ainda desestabilizar o hetero-pensamento dos saberes. Isso acarretaria em novas possibilidades de leitura do mundo e traria desafios às relações de conhecimentos. Os novos modos de ler poderiam ser impulsionados por uma estratégia de subversão ao que é tido como “saber”, tencionando assim o conhecimento normativo, mecânico e unidirecional.

E seria através de uma linguagem “ativista de rua”, que Luhmann (1998) apresenta uma maneira criativa e não-normativa para compartilhar os saberes. A autora recorre às práticas ativistas, pois afirma que há uma maneira própria em se vestir nessas ocasiões, há pulverização de práticas identitárias, de modos de viver, e de múltiplas maneiras de expressão do desejo. Nesse movimento da escola para as ruas, o “*queer* contesta autoridades e espera resistir a qualquer apropriação ideológica. [...] procurando decifrar — na ostensiva narrativa do mundo heterossexual — as entrelinhas, o que dali escapa.” (LUHMANN, 1998, p. 146 tradução livre).

Luhmann (1998) tocada pelas provocações dos Estudos *Queer* fomenta e até — atreve a mudar de direção — os questionamentos do campo da educação. Isso fica nítido quando nos sugestiona ao em vez de questionar, por exemplo: “o que deveria ser ensinado/aprendido?”, ou ainda “como ensinar determinado conhecimento?”, seria necessário e urgente se colocar de maneira “*upsidedown*” e se perguntar “como nós viemos a aprender isso?” e principalmente: “como os saberes são produzidos nas interações?”. A curiosidade educativa de

acordo com a autora estaria limitada a esse binarismo “o que e como”, limitando seus horizontes criativos, pois seria necessário a criação de novas disposições ao aprender.

Diferente, mas não destoante, é a estratégia oferecida por Gallo (2008), sugestionando pensar filosoficamente a educação para que ela se faça criativa e criadora. A inspiração do autor vem de filósofos contemporâneos franceses como Gilles Deleuze e Félix Guattari. Com isso, Gallo (2008) nos incita a observar na inter-relação comunicação e educação as suas ações de resistência cotidianas, produzindo de forma livre a criação de mensagens de si. Tal visão filosófica que problematiza de forma radical a racionalidade moderna nos possibilita outras metáforas para além do que a educação tradicional sugestiona.

Com isso, o autor nos chama atenção à metáfora arbórea que costuma-se empregar ao conhecimento:

A metáfora tradicional de estrutura do conhecimento é a arbórea: ele é tomado como uma grande árvore, cujas extensas raízes devem estar fincadas em solo firme (as premissas verdadeiras), como um tronco sólido que se ramifica em galhos e mais galhos, entendendo-se assim pelos mais diversos aspectos da realidade (GALLO, 2008, p. 73).

Entretanto, estaria bem expressada na metáfora arbórea o entendimento aberto — que gostaríamos de pensar — do conhecimento? Refletindo a partir dessa pergunta o autor busca no filósofo Gilles Deleuze um desenho tanto quanto mais “rizomático”, para imaginativamente pensarmos os saberes e suas relações como raízes a ploriferar o pensamento, pois o “o rizoma é sempre aberto”, segue o autor trazendo — ao nosso entendimento de educação — um aspecto mais vegetal, pela superfície do solo e por dentro da terra como raízes a absorver os saberes,

A metáfora do rizoma subverte a ordem da metáfora arbórea, tomando como imagem aquele tipo de caule radiforme de alguns vegetais, formando por uma miríade de pequenas raízes emaranhadas em meio a pequenos bulbos armazenatórios, colocando em questão a relação intrínseca entre as várias áreas do saber, representadas cada uma delas pelas inúmeras linhas fibrosas de um rizoma, que se entrelaçam e se engalfinham formando um conjunto complexo no qual os elementos remetem necessariamente uns aos outros e mesmo para fora do próprio conjunto. (GALLO, 2008, p. 76).

A proposta filosófica de Gallo (2008), assim como a *queerizada* de Luhmann (1998), seguem no exercício elástico da prática educativa, pois requerem o abandono de binarismos, ou de qualquer intuito normativo da educação. Incita-nos a observar as relações educativas em outros espaços, em outros ambientes, nos provoca a olhar a Casa Selvática e as performances que ali acontecem como **lugar de troca de saberes**. Nossas observações de campo apontam que provavelmente pensar a educação como um conceito aberto é o intuito da Selvática, pois se conecta muito mais com o provocar da autonomia, do escandaloso e da não-hierarquia dos saberes. Para perfurar os territórios como raízes, os processos educativos precisariam principalmente, como afirma Gallo (2008) de criatividade em voo livre.

Performance arte como experiência

Para fazer pensar um outro aspecto da educação, o espanhol Jorge Larrosa (2001, 2013)¹² encontra estímulo na filosofia — também francesa — de Michel Foucault, nos apresentando o aspecto da **experiência** envolvida nas relações educativas. De modo a se opor justamente ao modelo arbóreo do conhecimento que Gallo (2008) nos mostrou, o saber da experiência traz elementos sutis à prática educativa. Nesse sentido a experiência que Larrosa (2013) sugere pensar aparece nas relações em que os saberes são compartilhados, de modo a produzir sentido, ao mesmo tempo, que o sentido acontece. Ainda, são aqueles estímulos que nos afetam com a resposta do que fazemos, dito de outra forma, com a reação do que produzimos.

Sendo assim, a experiência nos saberes está distante de uma concepção educativa fincada nos livros e nas instituições. O que o autor nos diz é que a experiência como um saber educativo não se trata “da verdade do que são as coisas”, mas da captação sensitiva, do acontecimento singular, do que pode fazer sentido ou não-sentido, “a experiência [pode ser] entendida como uma expedição em que se pode escutar o ‘inaudito’ e em que se pode ler o não lido, isso é, um convite para romper com os sistemas de educação que dão o mundo já interpretado, já configurado de uma determinada maneira, já lido e, portanto, ilegível.” (LARROSA, 2013, p. 11).

12 CONGRESSO DE LEITURA DO BRASIL - UNICAMP, 13., 2001, São Paulo.

As minhas observações de campo e os exemplos que Carlson (2004) traz, também apontam a performance arte como tendo essa mesma perspectiva da educação. As narrativas das interlocutoras mostram um olhar aberto às relações de conhecimentos em que os saberes acontecem com a experiência. Interessante notar a performance arte — como estratégia político-educativa — a “explodir” o modelo fixo da educação tradicional. Encontramos nos diários de campo (MELO, 2014, p. 112) aspectos semelhantes,

Para explodir com esse aprendizado modelador de existências, sinto que a Gui prefere muito mais as palavras **experiência e contaminação** do que a aprendizagem. Aprendizagem e educação para Gui, parecem ser palavras carregadas de significados binários e dualistas. Ilustrou-me seu pensamento a respeito da educação com a dança xamânica em que se pode sentir a brisa do movimento de outras pessoas, em que o sentimento para as pessoas que assistem a dança é de afetação. Contou-me sobre a necessidade do erotismo para o envolvimento com as pessoas, seja na dança ou na performance. (Diário de campo, 02/10/13 - Tarde de sol entre nuvens. Lua Minguante a acalmar os ânimos e as narrativas).

Além disso, um dos exemplos mais interessantes que Carlson (2004) descreve, infelizmente rapidamente, é o da *performer* negra Rhodessa Jones¹³. Pegaremos esse exemplo para trançar as ideais aqui apresentadas a respeito de uma experiência educativa transformadora. O autor afirma que alguns grupos — principalmente na década de 1980 e 1990 — estavam interessados em unir as preocupações e necessidades de suas comunidades, com a performance arte, tomando assim o carácter de “ativismo social”. Tais grupos se apropriavam assim da arte como espaço de trabalho social-cultural-educativo, ou como temos chamado: ação comunicativa política-educativa. Portanto, como ferramenta, a performance auxiliaria no enfrentamento

13 De cabeça raspada, grandes brincos, anéis e pulseiras coloridas, com riso alto e movimento corporal espontâneo, Rhodessa Jones descreve em uma entrevista como foi trabalhar com as mulheres encarceradas. A entrevista está disponível no canal “The California Endowment” da plataforma youtube. Nesse entrevista é possível observar a trajetória da própria Rhodessa Jones, pois afirma ter tido contato muito próximo com o sistema carcerário, inclusive com pessoas de sua família. Além das dificuldades que teve em se apresentar como uma mulher negra artista, frente a outras mulheres (pois demarcava instantaneamente uma diferença), Rhodessa Jones afirma que uma delas simplesmente perguntou a ela, “mas o que é uma artista?” e assim passou os últimos vinte anos tentando responder a essa pergunta. Dizendo isso, ela segue afirmando que a arte é parte da transformação, além de trabalhar com a própria experiência do que quer que se esteja passando, no caso do Medea Project estar encarcerada.

às desigualdades sociais e dentro do possível no próprio empoderamento dos sujeitos envolvidos.

O projeto “*The Medea Project* (1992)”¹⁴ é um exemplo dessa união entre as necessidades sociais de uma comunidade com a arte. Inspirada em sua experiência como educadora e em seus materiais desenvolvidos em uma prisão para mulheres em São Francisco na Califórnia, Rhodessa Jones desenvolveu seu projeto pensando nas reincidências de mulheres que retornavam para a prisão. Tocada por sentimentos específicos daquele contexto, como depressão, auto-aversão e fracasso produziu uma ação performática — com elementos do teatro — para tentar reverter com o próprio corpo, a realidade das encarceradas. A *performer*, utilizando a performance como recurso educativo, produziu para “trazer auto-consciência e auto-estima às mulheres nas prisões, [e foi] criando performances baseadas em suas próprias histórias e experiências de vida.” (CARLSON, 2004, p. 196 tradução livre).

Trabalhando a partir da própria experiência a performance arte pode atingir, como Théó, o Belo denomina: “*momento de expurgo*”. O corpo e o que com ele se provoca acaba por proporcionar que as próprias questões do sujeito envolvido podem ser comunicadas e diluídas. A relação educativa nas ações performáticas de Rhodessa Jones transitam não tanto nos limites do compartilhar saberes ou conhecimentos, mas se aproxima tanto ao sentido da “experiência” que Larrosa (2013) nos apresenta como no sentido que foi narrado por nossas interlocutoras. A performance arte como troca de energia, de erotismo e de transformação da sua própria realidade.

Assim, encontramos ainda nas falas de Miro e Gui outros elementos além dos apresentados pelos autores/as até aqui. A **experiência** é um dos elementos que mais são citados pelas interlocutoras, porém a relação educativa que a performance pode atingir não está associada apenas a isso. A produção das performances envolve principalmente o provocar de sensações, seja através do erotismo e sedução ou como uma dança irradiando energias corporais.

Isso fica nítido nas falas respectivamente de Miro e Gui sobre o que de educativo há em seus trabalhos, por mais que explicitem incomodo com a palavra educação — que utilizei na entrevista (MELO, 2014, p. 114) — narram uma experiência de saberes que é entendida como transformadora e prazerosa tanto para quem produz como para quem recebe a comunicação:

14 Para mais, ver: <http://themedeproject.weebly.com/>

Educativo não sei se é a palavra... porque pra mim está em outro nível... mais transformador pra mim. Eu to muito ligada nessa coisa de provocar a sensação... não de pensar que sensações você vai provocar... mas discursos que sejam sensoriais. De que sejam experiências... e que não sejam somente sentar assistir algo e ir embora. Mas **provocar experiências**... e de modificar o estado da pessoa, não só o meu. Sempre é de alguma forma um nível terapêutico pra mim porque estou lidando com as minhas questões, mas tem uma busca de que seja uma experiência... um discurso experiência... que acaba detonando em algumas pessoas e em outras não.

As aprendizagens passam por vários níveis, né? O que é aprender? a pergunta antes... O que é aprender algo? E penso.... tipo como a gente é ensinado a aprender as coisas e esse modo cartesiano, escolar, tipo de significado significante.... me irrita sabe?! (...). Eu tento fazer é **uma erótica da arte**... onde as pessoas possam ser se-du-zidas... [por exemplo] quando você transa você não pensa: 'ah... estou sentindo prazer'... estou sentindo prazer! entendeu? Ou quando eu danço... ou em outras várias ações do corpo eu gostaria que existisse uma erótica da arte... é fazer com que as pessoas dançam junto comigo, que essas pessoas estejam comigo nesse ritual...[a performance] é uma ritualização também de algum jeito.

A relação educativa na performance, posso afirmar a partir de minhas observações alcança uma multiplicidade de ações. Digo isso, pois com as falas das interlocutoras — principalmente a de Théo, o Belo quando perguntado sobre o que as pessoas podem levar de educativo de seus trabalhos — nos mostram uma maneira plural da performance agir, transformar e comunicar. A relação educativa que a performance arte pode atingir pulsa no corpo, no movimento dos braços, nas mãos tapando a boca quando surpreendidas pelo imprevisto, pela provocação ou por sorrisos na “sensorialidade” da dança. Segue Théo, o Belo,

Uma informação que vai pra pessoa.... que é sensorial... ela não é (as vezes é verbal porque também falamos [na performance] e as vezes é didático) falando de formas bem direta... de várias questões.... as vezes é uma dança sabe?! Mas uma dança em que ali acontece uma sensorialidade que sai do meu corpo.... que vai pro teu corpo... e nessas sensorialidades de corpos.... no meu... no seu... em nossos corpos como atuante, atuador ou ator, nessa sensorialidade... eu vou te passando umas coisas...

Considerações finais

Mais para uma consideração final, do que conclusões, posso afirmar que os espaços educativos não-formais podem ser pensados como local que transgride as barreiras do saber normativo, que estrategicamente os subverte e impulsionam, a educação não-formal muda de lugar os conhecimentos, proporcionam diferentes linguagens, novas maneiras de ler o mundo. Refletindo a partir da Casa Selvática sobre qual seria o potencial educativo das performances arte, observei que a performance-polvo, quando exhibe o copo no centro de sua interação, ocupando o palco como mediador educativo tem potência suficiente para quebrar o silenciamento institucional a respeito das temáticas do corpo. A performance arte se mostra como um recurso educativo que destoa do meio tradicional da educação, que destoa da hierarquia educador/a-aluno/a. É em organismo, sangue, pele, gordura, suor que dilui e espalha as páginas dos legitimados saberes livrescos.

Assim, por sua temática *queerizada*, a performance-polvo da Casa Selvática perturba os modelos de mediação educativa baseada nos artefatos tecnológicos e do próprio entendimento cultural. Com a performance discursos se multiplicam dos palcos à rua, vozes saem dos bueiros como sujeitos de fala, emergindo controvérsias e contestações. Propicia, além de tudo, a produção de mensagens de si.

De fato a performance arte pode atingir a dimensão educativa. Uma educação de perspectiva aberta a borrar os imaginários educativos. Isso porque problematiza os modos de ler o mundo e provoca a criação de novas disposições ao aprender. A estratégia que a performance-polvo busca parece ser justamente trabalhar no campo da experiência, dos saberes da experiência, e com isso as sensações desde o erotismo à crítica social se fazem presentes, seja através de uma dança performática ou quando escandaliza as normas das identidades de sexualidade e gênero.

Referências

GÓMEZ-OROZCO, Guillermo. (Comunicação verbal) **Os desafios para a educação do futuro**. Congresso internacional comunicação e consumo. ESPM. São Paulo: 2012.

GÓMEZ-OROZCO, Guillermo. Uma pedagogia para os meios de comunicação. Entrevista [maio/ago 1998] São Paulo: **Revista Comunicação & Educação**. Entrevista concedida a Roseli Fígaro.

JUNQUEIRA, D. ROGÉRIO. Pedagogia do armário e currículo em ação: heteronormatividade, heterossexismo e homofobia no cotidiano escolar. In: MISKOLCI, Richard; PELÚCIO, Larissa. (Org.) **Discursos fora da ordem** - sexualidades, saberes e direitos. São Paulo: Annablume, 2012. P. 277-306.

LARROSA, Jorge. **Pedagogia profana**: danças, piruetas e mascaradas. Belo Horizonte: Autêntica, 2013.

LOURO, L. Guacira. Foucault e os estudos *queer*. In: RAGO, Margareth; VEIGANETO, Alfredo. (Org.) **Para uma vida não fascista**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

_____. Guacira. Gênero, sexualidade e educação: das afinidades políticas às tensões teórico-metodológicas. **Educação em revista**, Belo Horizonte, n. 46, 201-208, dez. 2007.

_____. Guacira. **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

_____. Guacira. **Teoria queer** – uma política pós-identitária para a educação. Revista Estudos Feministas. [online], v. 9, n. 2, p. 541-553, 2001.

_____. **Um corpo estranho** – ensaios sobre sexualidade e teoria *queer*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

LUHMANN, Suzanne. *Queering/Queering Pedagogy? Or a Pedagogy is a pretty queer thing*. In: PINAR, W. F. (ed.) **Queer theory in education**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1998.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Desafios culturais da comunicação à educação. **Comunicação & educação**, São Paulo, v. 6, n. 18, 51-61, maio/ago. 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MELO, Olivia, Camila. **Do palco ao asfalto, dos meios aos corpos**: observando os tentáculos da performance polvo como estratégias comunicativa-educativa. Curi-

tiba: Universidade Federal do Paraná - UFPR, 2014, 129p. Dissertação (mestrado) - Programa de Pós graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

SCHWADE, Elisete. Heterossexualidade compulsória e *continuum* lesbiano: diálogos. **Bagoas - estudos gays, gênero e sexualidades**. Natal, n. 5, p. 17-31, 2010.

WITTIG, Monique. **O pensamento hetero**. 1980. Disponível em: <https://crabgrass.riseup.net/assets/134062/wittig,%20monique%20o%20pensamento%20hetero_pdf.pdf> Acesso em 10 de maio, 2013.

10

DIVERSIDADE DE GÊNERO E MARKETING ELEITORAL: ANÁLISE DAS PROPOSTAS DE GOVERNO DA CANDIDATA À PRESIDÊNCIA LUCIANA GENRO PARA MULHERES E LGBTs¹

*Alice Lima
Karen Greco*

Introdução

A discussão acerca da questão do gênero se renova com o destaque que a pauta ganha na atualidade. Em 2015, casos como a recente aprovação do casamento entre pessoas do mesmo sexo em países como EUA e Irlanda; a adoção de campanhas com casais não heterossexuais em marcas famosas como O Boticário no Brasil, bem como mobilizações contrárias a representações fetichizadas da mulher na TV² demonstram como a questão tem aquecido um debate que compreende esferas diversas, desde a política, às organizações, à mídia, aos coletivos e indivíduos da sociedade.

1 Trabalho apresentado o GT Comunicação e Política, do VII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM

2 Pressão do movimento negro contra a veiculação da minissérie “Sexo e as Nega” da TV Globo em 2014.

Muito antes, discussões em torno da compreensão da questão da diversidade de gênero já aconteciam em disciplinas como Antropologia e Ciências Sociais, impulsionadas autores que buscavam observar em que medida as sexualidades, as feminilidades e as masculinidades se construía, também, socialmente. Mas foi com Simone de Beauvoir (1949) a inauguração de um posicionamento que posteriormente iria delinear toda a noção moderna do conceito de gênero. Indo de encontro à ideia de devir hegeliana de que ser é tornar-se, Beauvoir afirma que não se nasce mulher: torna-se. Uma prerrogativa que afasta o determinismo biológico da sexualidade e situa a construção dos papéis de gênero como um processo social, cultural e identitário. A questão, como trabalhada neste artigo, está em consonância com o pensamento exposto em Miguel e Biroli (2014), que descrevem gênero como:

A organização social da diferença sexual, o que não significa que reflita algo fixo; ao contrário, gênero é o conhecimento que estabelece sentidos para as diferenças físicas. Entendido dessa forma, gênero não é uma “identidade”, mas uma posição social e atributo das estruturas sociais. (MIGUEL; BIROLI, 2014, p. 79).

Sob esse viés, estudos feministas que se sucederam tornam-se importantes condensadores dessas ideias, denunciando processos de dominação do gênero masculino heterocentrado sobre o feminino e outras formas diferenciadas de gênero. Essas denúncias substantiaram uma força motriz de relevância à discussão, relacionando-a como uma questão própria também de igualdade de direitos, de cidadania, de justiça e liberdade.

Porém, quando a discussão passa a percorrer outros domínios sociais como o marketing eleitoral e desenvolvimentos políticos estratégicos – como programas de governo e programas de TV – ainda é recente o histórico de suas análises. Poder-se-ia dizer até mesmo que são escassos estudos de planos governamentais sob este enfoque da diversidade de gênero. Nesse sentido, este trabalho propõe-se a compreender, sob a ótica da comunicação, justamente como se imbrica a relação entre diversidade de gênero e processos políticos em um cenário de disputa eleitoral brasileiro, especificamente partindo da análise das propostas de governo de uma candidata que teve como uma de suas principais bandeiras de campanha as questões de gênero: Luciana Genro, do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL).

Sendo assim, buscamos, então, relacionar as propostas para os dois segmentos de gênero apresentadas pela candidata – mulher e LGBT³ – com os pressupostos teóricos sobre justiça e paridade social da teórica Nancy Fraser (2005), trabalhados sobre as suas três principais categorias teóricas: redistribuição, reconhecimento e representação. O estudo pretende analisar etapas do marketing eleitoral da candidata - que possui diversas estratégias articuladas com o objetivo central de conquistar votos e apoiadores- a partir de seu programa de governo, que dedicou dois capítulos às temáticas. Além disso, procuramos apresentar de que maneira uma das principais ferramentas numa disputa eleitoral, no âmbito da comunicação, o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), abordou essas pautas no tempo reservado ao PSOL entre os postulantes à chefia do Executivo nacional.

Sobre a escolha do programa de governo para a análise em detrimento de outras possibilidades, acreditamos que o material, que pode servir de base norteadora para diversas ações, costuma ser pouco lembrado ao longo de uma campanha. Apesar de fazer parte do planejamento estratégico e comunicacional daquele momento, muitas vezes, parece cumprir uma mera etapa burocrática. Por vezes, suas questões mais polêmicas ganham destaque na imprensa ou, em algumas ocasiões, podem apontar subsídios para críticas dos adversários.

No entanto, acreditamos que a peça é um item fundamental numa eleição e sua função é estratégica para o marketing eleitoral e suas ramificações, além de preencher um espaço relevante ao passo que se torna ponto de estabelecimento de ideias e compromissos político-democráticos. No programa, devem estar presentes os direcionamentos do candidato e do seu partido em busca de aceitação. O documento também pode nortear os conteúdos publicados em diferentes ações, como a utilização de redes sociais ou o próprio HGPE. Para analisar propostas, como é objetivo do artigo, seria a ferramenta mais indicada, por ser um espaço de explicações e proposições, as quais podem ser cobradas após a campanha, caso o candidato seja eleito.

Por não ser configurar como um dos meios mais próximo dos eleitores, para nos certificarmos da importância da presença dos assuntos relacionados aos temas mulher e LGBT durante a campanha pesquisada, buscamos no HGPE esse complemento de visão, que

3 Gays, Lésbicas, Bissexuais, Transexuais.

pode nos dar indícios de como as pautas foram publicizadas em um curto espaço de tempo disponível para a abordagem da plataforma da candidatura.

Desse modo, ousamos a tentativa de tornar a filosofia uma ação prática, o que é sempre um desafio. Para analisar ideias que poderiam se tornar realidade, resolvemos aplicar os estudos de uma das mais respeitadas e discutidas pesquisadoras dos temas, que é Nancy Fraser. A autora, em seus estudos, busca também exemplificar o que defende, nos dando, assim, subsídios e incentivo para “experimentar” suas teorias. Sendo assim, os conceitos de reconhecimento, redistribuição e representação nos serviram como um prisma para avaliar a validade das 20 propostas e como foram exibidas pelos programas de TV do PSOL.

Quais propostas de ação de Luciana Genro enquadram-se como questões de redistribuição, reconhecimento e representação? Como elas interagem com as questões de gênero (no caso específico analisado) em prol de uma maior igualdade e justiça social? Estas são algumas questões chave que norteiam a pesquisa. É do interesse das pesquisadoras lançarem olhares sobre estas questões, sem a necessidade de suscitar respostas completas – ressaltando o nível ainda embrionário que a pesquisa está –, mas de proporcionar uma reflexão que dê conta de aproximar os estudos de gênero com o campo político por meio da comunicação.

Gênero: a discussão de um conceito na esteira científica

Não raro é o alvo que os estudos nas ciências sociais e humanas têm de compreender, observar e descrever as diferenças comportamentais entre homens e mulheres, seus diferentes papéis e formas de vivência na sociedade. Desde a fundação das disciplinas científicas que estudam o social, as diferenciações de sexo estão presentes. Porém, até meados de 1960 os estudos entendiam, em sua grande maioria, que as masculinidades e feminilidades tratavam-se de classificações universais e naturais, ou seja, inerentes a “espécie” humana. (SUÁREZ, 1997, p 31).

Autores como Morgan, Lévi-Strauss e a grande maioria dos antropólogos clássicos não deixavam de lado os estudos sobre homens e mulheres, sempre voltados a questões sobre o ritual social, tais como casamento e o parentesco, mas tratavam-se de análises que

não problematizavam questões mais intrínsecas como a dominação de um papel pelo outro e, portanto, as interpretações eram marcadas por um viés sexista e etnocentrado. (SUÁREZ, 1997).

Já a partir dos anos 1930, impulsionados pelas revoluções e a agitação social da época, surgiram os primeiros estudos que reforçariam temáticas privilegiadas na atualidade pelas questões de gênero, como em Malinowski, Bateson e Mead, que exploraram a sexualidade e construção do feminino e masculino na organização social. Estes três autores, em antropologia, seriam os precursores dos estudos que analisariam a construção dos papéis sociais de masculino e feminino como construções de gênero. (SUÁREZ, 1997).

Já na Sociologia, destacam-se as pesquisas pioneiras de Madeleine Guilbert, em 1946, que iniciavam uma investigação sobre o trabalho das mulheres (GUILBERT, 1946). No campo da Filosofia e da Literatura, Simone de Beauvoir publicou o livro *O segundo sexo*, em 1949, que gerou um debate político mais radical e lançou as matrizes teóricas ao que posteriormente viria a se estudar como gênero. (BEAUVOIR, 1980).

A palavra gênero, no entanto, só vem a surgir no espaço científico quando um movimento genuinamente feminino começa a prospectar a desnaturalização da condição da mulher na organização da sociedade. Diferentemente da visão naturalista e universal, a busca era pela compreensão dos papéis de homem e mulher como modelados culturalmente. A essência masculina ou feminina era vista não como produto da sexualidade biológica, mas sim de distintas estruturas e relações de poder. (SIMIÃO, 2000). Como afirma a autora:

[...] nesse sentido era preciso encontrar conceitos que permitissem diferenciar aquilo que as mulheres tinham de natural, permanente, e igual em todas as épocas e culturas (o sexo) daquilo que dava base para a discriminação e, por ser socialmente construído, variava de sociedade para sociedade e podia mudar com o tempo (o gênero). (SIMIÃO, 2000, p.4-5).

Porém, este movimento no cenário acadêmico ficava estagnado, recebendo, por vezes, descrédito: vinha de encontro a uma crítica à hegemonia masculina tanto no âmbito científico (a história sempre foi contada por homens) quanto a própria organização social, que funda instituições, leis e estruturas com pouquíssima inserção femi-

nina, denunciando uma desigualdade latente. A relação com o movimento feminista que eclodia na agitação social da época também era alvo desse descrédito acadêmico. Para Joan Scott, importante estudiosa do conceito de gênero na história, o uso do termo 'gênero' constituiu, assim, uma também busca pela legitimidade acadêmica para os estudos feministas, nos anos 80. (SCOTT, 1990, p. 75).

No entanto, inicialmente, dentro desta discussão, o termo gênero era considerado apenas como sinônimo de mulher. Só posteriormente, com a ampliação do campo de investigação científica, que a conceituação de gênero passou a abarcar uma relação com outras categorias como diferentes sistemas de gênero, que romperiam com o binarismo das categorias 'mulher' e 'homem'. Para Scott (1990), gênero é uma categoria de análise histórica, cultural e política, que expressa relações de poder. Essa conceituação permite o diálogo com outras categorias, como raça, classe ou etnia, e, também, levou em consideração as relações sociais de sexo e sexualidade.

Um desmembramento singular do conceito de gênero foi dado, nesse sentido, segundo Scavone (2008), a partir dos anos 1990 pela chamada *teoria queer*, que 'ultrapassa os gêneros' (*transgendering*), a cabo da filósofa feminista Judith Butler (2003). Seu estudo questiona o regime de normatividade heterossexual das sociedades, apresentando o aspecto socialmente transformável e relacional dos corpos e da sexualidade (gays, lésbicas, transexuais, travestis, bissexuais). Nesse sentido, os estudos *queer* inserem no guarda-chuva do conceito de gênero também os segmentos não-heterossexuais, ou seja, concebendo-se aí e entendida nesse estudo como a diversidade de gênero.

Nesses termos, gênero então passa a ter o entendimento que para este estudo adotaremos como perspectiva: refere-se à construção social do sexo, perpassando a apreensão das linguagens e da própria cultura. Como explicam VILLELLA e ARILHA (2003):

Enquanto seres sexuados, percebemo-nos e situamo-nos no mundo como mulheres ou como homens. Tal percepção, embora tome como base a anatomia corporal visível, é mais prescritiva do que descritiva, pois o que é captado da corporeidade não é apenas "tenho uma vagina" ou "tenho um pênis", e sim, "devo ser, sentir e me comportar deste ou daquele modo". O gênero constitui o modo como nos relacionamos com nós próprios e com o outro. (VILLELLA e ARILHA, 2003, p.115).

Por compreender um campo de investigação que abrange a diferença sexual, adotamos neste estudo o termo diversidade de gênero. Nesse sentido, os estudos de gênero, por encarcerarem e denunciarem as posições sociais opressivas tiveram muita influência nas lutas por redistribuição, justiça e reconhecimento da atualidade. A filósofa norte-americana Nancy Fraser é uma das teóricas que problematiza gênero a partir deste viés de justiça social e coloca o debate na pauta política das democracias atuais. Uma característica fundamental levou à escolha da autora para a análise é a sua postura de apontar soluções aos conflitos que apresenta e a abertura de seus conceitos às problemáticas políticas. (FRASER, 2002).

Justiça e paridade social por Nancy Fraser: redistribuição, reconhecimento e representação

Nancy Fraser, ao lado de outras teóricas feministas americanas, procura analisar as questões de gênero dentro do universo da justiça social. Através de um mapeamento das correntes da filosofia política e da teoria da justiça na atualidade, estrutura um complexo estudo acerca da justiça, elencando três principais categorias de análise: redistribuição, reconhecimento e representação. Porém, para compreender inicialmente cada uma de suas categorias, remontaremos às duas primeiras – redistribuição e reconhecimento –, em que Fraser recorre a outros dois teóricos da justiça: John Rawls e Axel Honneth. (CASTRO, 2010).

John Rawls propõe em *Uma Teoria da Justiça* (2008), um modelo de organização social e política liberal ancorado na noção de justiça redistributiva. Para o autor, uma sociedade justa é aquela em que se é possível haver mecanismos “compensatórios e regulatórios legais capazes de diminuir as desigualdades econômicas e igualar as oportunidades de emprego” (CASTRO, 2010, p. 3). Essa perspectiva entende a justiça como uma questão moral, de que a redistribuição passa moralidade dos indivíduos.

Axel Honneth, autor de *Luta por reconhecimento, a gramática moral dos conflitos sociais* (2009), traz a questão da justiça já para um plano além do econômico. Para Honneth, a justiça social deve ocorrer não como redistribuição, mas sim como reconhecimento. Para o autor, cada processo identitário ou de grupo é construído pela aceitação e reconhecimento do outro. Se um grupo ou um indivíduo não

tem sua identidade e seus modos de vida reconhecidos pelo grupo hegemônico isso pressupõe injustiça (CASTRO, 2010, p. 3). Já esta perspectiva é vista como uma questão ética, pois busca a legitimação de um status de coletivo.

Nancy Fraser, utilizando-se dessas duas perspectivas de redistribuição e reconhecimento, propõe uma inédita articulação entre as duas, tendo em vista alguns recorrentes entraves e contradições da operacionalidade das categorias dentro do cenário atual. Fraser assume a perspectiva de que nem em Rawls ou Honneth a redistribuição e o reconhecimento ficam estanque um ao outro e propõe assim um modelo de paridade participativa (FRASER, 2003, 2007).

A paridade participativa trata-se da compreensão da dualidade e intersecção das duas categorias (redistribuição e reconhecimento), e que as duas, antes pensada redistribuição no campo da moral e reconhecimento no campo da ética – agora se invertem, sendo o reconhecimento uma questão moral.

Segundo Fraser, a questão do reconhecimento cultural de grupos minoritários não é uma questão ética, mas sim moral. Ela não diz respeito à busca pessoal pela felicidade e autorrealização, mas sim ao desenho institucional justo. O desenho institucional, isto é, as normas e regras que organizam as instituições públicas, quaisquer que elas sejam, só será justo na medida em que todos os segmentos da sociedade, sejam eles de grupo majoritários ou de grupos minoritários, tenham a possibilidade de participar de maneira igualitária na formulação dessas regras. Essa é a única forma de combater os padrões culturais excluídos que perpassam as regras das instituições (CASTRO, 2010, p. 3).

Nesse sentido, redistribuição refere-se à justiça por meio da distribuição econômica, reconhecimento refere-se à questão de valorização da diferença, mais voltada a aspectos culturais e identitários. A forma de mensurar e analisar os conteúdos que buscam justiça, a partir do que defende Fraser, é vista em Cardoso (2012):

Muitos problemas coletivos são ambivalentes e têm bases em ambas as frentes de reconhecimento e redistribuição. Quando não se relacionam imediatamente com os dois tipos, deve-se pensar a especificidade, mas com base no respeito às outras formas de igualdades, tendo como ‘termômetro’ a capacidade de promover paridade participativa dentro dos grupos sociais. Sendo este também o critério para a distinção entre reivindicações justas ou não (CARDOSO, 2012, p. 105).

A última categoria, representação, dentro do contexto atual de globalização, sinaliza mecanismos que visam superar déficits das duas outras categorias, como dar voz a grupos minoritários e, com isso, conceber mudanças na esfera política macro. Segundo a autora, o mau enquadramento de questões feministas geram a necessidade de mais representação. Desse modo, é preciso dar voz política às mulheres, para que só assim suas demandas, que incluem reconhecimento e representação, recebam o tratamento originalmente proposto em suas solicitações (ABREU, 2007).

Na análise do objeto de estudo estas categorias serão relacionadas e debatidas de maneira mais aprofundada. É objetivo deste artigo investigar como as propostas de Luciana Genro se relacionam com as três categorias teóricas elencadas por Fraser. A escolha da candidata do PSOL se dá pela pauta voltada às mulheres e LGBTs, defendida durante toda a sua campanha eleitoral, sendo as bandeiras de justiça às questões de gênero umas das mais reforçadas na comunicação eleitoral, vista por meio do HGPE e do programa de governo.

Comunicação eleitoral e Luciana Genro: a diversidade de gênero como pauta do programa de governo e HGPE

Segundo Manhanelli (2004), o termo marketing político pode ser explicado como a ciência que estuda o movimento e a reação dos que recebem as ações políticas. Na concepção do autor, o significado de marketing político é diferente de marketing eleitoral. O segundo termo está relacionado a um período e objetivos de alcance específicos e também pode ser classificado pela observação de quem são os receptores. “O primeiro é dirigido a quem receberá as ações políticas ou sociais derivadas dos mandatários dos cargos executivos e legislativos. O segundo tem como alvo aqueles que terão de ser convencidos a votar neste e naquele candidato.” (MANHANELLI, 2004, p. 14).

Outra explicação para os termos é proposta por Neuza Gomes (2007). A autora os diferencia explicando que o marketing político significa uma estratégia permanente de aproximação do partido e do candidato com o cidadão em geral, enquanto o eleitoral é uma estratégia voltada para o eleitor, com o objetivo de fazer o partido ou candidato vencer uma determinada eleição.

O marketing político, seguindo os preceitos do marketing geral, está relacionado à construção de marca e identidade. “O marke-

ting consiste na tomada de ações que provoquem a reação desejada de um público-alvo.” (KOTLER, 2000, p.34). Nesse caso, o marketing político é considerado uma construção permanente, enquanto marketing eleitoral, tema deste estudo, tem como reação desejada a vitória nas urnas, ou mesmo, a conquista do maior número de votos.

Ainda segundo Manhanelli (2009), o planejamento mais amplo de uma campanha tem início com o plano de marketing, cuja abrangência envolve todas as ações pensadas para o período eleitoral, embora se trate de algo dinâmico e mutável a partir do andamento da disputa. O elemento que escolhemos, prioritariamente, para avaliação da campanha de Genro, está inserido no plano de marketing, de acordo com as definições do autor, considerando que plano de governo e programa de governo são sinônimos.

As estratégias de marketing são métodos que permitem que você alcance seus objetivos. Elas estão relacionadas aos elementos da composição do marketing eleitoral: candidato, plano de governo, promoção da candidatura e posicionamento. Para cada objetivo traçado, precisamos estabelecer estratégias a serem desenvolvidas, de acordo com cada um desses elementos (MANHANELLI, 2009, p. 34).

O programa de governo é uma ferramenta contida no marketing eleitoral. No entanto, seu conteúdo pode se transformar em ferramenta de comunicação eleitoral a partir do momento em que é publicizado. As propostas do programa podem ser expostas por meio das mídias sociais (*Twitter, Facebook, Instagram* etc.), dos programas do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), entre outros. Adiante, veremos como as pautas para mulheres e LGBTs foram abordadas em uma dessas opções da candidata, o HGPE.

Como abrange o conjunto de ações em uma disputa cujo objetivo central é conquistar o maior número de votos possível, o marketing eleitoral possui ferramentas e estratégias em diversas áreas que devem trabalhar de maneira integrada. O norteamento de uma campanha, assim como quais atividades serão realizadas para apresentar um candidato e propagar suas ideias, costumam ser definidas na fase inicial, durante o planejamento de uma candidatura. Campanha política é multidisciplinar, envolve ciência política, sociologia, antropologia, comunicação linguística, psicologia etc. (LAVAREDA, 2009).

Por não serem produtos inanimados, políticos não se encaixam aleatoriamente em perfis ou características baseadas em pesqui-

sas de opinião ou sondagens, pois, como lembra Carvalho (1999), a diferença substancial entre o marketing de produtos e o marketing eleitoral é que o segundo vende ideias, o que torna seus valores mais subjetivos. Nessa perspectiva, o que é proposto tem a necessidade imprescindível de estar adequado à ideologia e ao perfil de quem propõe, assim como de seu partido, para que seja considerado um marketing eleitoral coerente. Modificar o que pensa um candidato, e moldá-lo a um padrão pré-concebido de perfeição apontado por pesquisas, poderia provocar o erro da despersonalização.

As pesquisas não devem ser lidas de modo conservador, com a obrigação do candidato ou partido estar obedecendo à “opinião” e aos “desejos” dos eleitores. Pois o cenário de representação da política identificado nas pesquisas é um estado de forças e tensões, ou seja, é composto de vários elementos contraditórios e mutáveis, inclusive a partir da intervenção do marketing político dos partidos ou candidatos. (ALMEIDA, 2004, p. 340).

Nesse estudo, como anteriormente citado, escolhemos analisar o programa de governo de Luciana Genro (PSOL). O tema foi defendido em todas as ferramentas de marketing do período da campanha utilizadas pelo partido, como o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), mídias sociais e discursos em debates televisivos. Consideramos que a aplicação de abordagem estratégica foi coerente, visto que as diretrizes seguem o marketing político da candidata, assim como o marketing institucional do partido. Como vimos, a relação de coerência é fundamental e foi bem utilizada considerando os contextos de Genro e do PSOL expostos na sequência do trabalho.

Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE)

Ainda que não seja uma regra que todas as propostas de campanha sejam publicizadas pela equipe envolvida, questões de gênero tiveram destaque na comunicação eleitoral de Genro. Lembramos que comunicação é uma das partes do marketing eleitoral e, por sua vez, o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE)⁴ é uma das principais ferramentas de comunicação.

4 No Brasil, o HGPE foi instituído em 1965 pela lei N° 4.737, que criou o Código Eleitoral Brasileiro. Mais informações sobre meio que completa cinco décadas podem ser vistas no livro **HGPE: desafios e perspectivas nos 50 anos do horário gratuito de propaganda eleitoral no Brasil**, de Luciana Panke e Roberto Gondo Macedo (organizadores).

Apesar do pouco tempo disponível para o partido (apenas 51 segundos por dia de exibição), o PSOL contemplou o assunto constantemente ao longo da disputa no 1º turno das eleições presidenciais⁵. O HGPE foi utilizado, sobretudo, como forma de denunciar situações desfavoráveis nas quais se encontram os dois grupos, afirmando que modificá-las é objetivo do PSOL, como, por exemplo, em um dos primeiros programas nos quais o tema foi abordado. O assunto tem início com um narrador que diz que “no Brasil, um LGBT é assassinado a cada 24 horas e 40% dos assassinatos de LGBT no mundo inteiro acontecem aqui no Brasil”. Em seguida, a candidata aparece e explicando: “defendemos a criminalização da homofobia e da transfobia, e que o casamento civil igualitário seja lei. Cresce a luta por mais direitos no Brasil”. Na sequência, com uma música ao fundo, aparecem, alternadas imagens de passeatas LGBT, com casais homossexuais que se beijam⁶.

Vale ressaltar que expor o assunto, fazendo-o deixar a invisibilidade enquanto questão social e política, já pode se configurar como uma estratégia eleitoral, mesmo sem condições de melhor explicitar os planos para os públicos diretamente interessados na mensagem, devido ao curto espaço de tempo disponível. Uma vez que conhecem as ideias, eleitores podem procurar outras maneiras para o acesso a mais informações, como o site oficial da campanha e as redes sociais que, embora não façam parte deste estudo, buscaram suprir o pouco tempo de propaganda na TV e divulgaram constantemente as pautas relacionadas a gênero.

Em outros dois programas, a candidata afirma que o PSOL defende os trabalhadores, os aposentados, as mulheres, os jovens, e os direitos LGBTs, além de lutar contra a discriminação e o racismo e a favor da justiça e igualdade⁷. Em outra oportunidade, levanta a bandeira do casamento civil igualitário para todos⁸.

O compromisso com mulheres e LGBTs foi reafirmado durante os últimos programas da disputa, durante o discurso da candidata: “busquei fortalecer a luta das mulheres por autonomia e respeito. Da comunidade LGBT contra a violência, por direitos iguais e cidadania

5 Decupagens do HGPE dos candidatos à presidência em 2014 foram realizadas pelo Grupo de Comunicação Eleitoral (CEL) do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná.

6 Programa exibido dia 02/09 à noite.

7 Programas exibidos nos dias 20/09 e 23/09 nos dois turnos.

8 Programas exibidos dia 25/09 nos dois turnos.

plena”⁹. No dia 2 de outubro, último HGPE do 1º turno, Genro retoma, durante as considerações finais da campanha, suas bandeiras prioritárias, nas quais a questão de gênero está inserida, ao dizer que deseja “uma sociedade livre da exploração de classe, da opressão de gênero, raça ou orientação sexual”.

A candidata Luciana Genro e o PSOL

Luciana Genro se candidatou pela primeira vez ao cargo de chefe de Estado no ano de 2014, pelo Partido Socialismo e Liberdade, já tendo exercido outros cargos na esfera política do país, como deputada federal. No ano de 2014, Genro preparou sua candidatura e terminou as eleições na quarta colocação, com 1,6 milhão de votos.

Políticas que deem voz e visibilidade à diversidade de gênero estão em consonância com o que defende o PSOL em seu estatuto e nas votações na Câmara Federal e demais instituições políticas. O marketing eleitoral da candidatura do PSOL em 2014, no que se refere à defesa dos direitos de mulheres e LGBTs esteve em consonância com prerrogativas estabelecidas pelo partido, seja em seu estatuto, seja em seu programa de governo. O artigo 5º do estatuto afirma o estabelecimento do desenvolvimento de ações que assegurem, entre outros fatores, segmentos e públicos, “a liberdade de expressão política, cultural, artística, racial, sexual e religiosa”¹⁰.

Vistos os conceitos sobre comunicação eleitoral, consideramos que a aplicabilidade das propostas na campanha da candidata está em consonância com o seu comportamento político antes das eleições, o que é de suma importância para a ética do marketing eleitoral, como lembra Panke (2011):

[...] é importante não apenas construir/divulgar uma imagem coerente entre plataforma (proposta), conceito (ideias), imagem (fala, roupas e postura) e o histórico do candidato e do partido, mas, principalmente, estabelecer uma imagem que esteja de acordo com aquilo que o eleitorado espera de um representante. Estes elementos, obviamente, não podem se restringir às aparências, mas a real possibilidade do proponente de cumprir as expectativas mínimas geradas. (PANKE, 2011, p. 4).

9 Programas exibidos nos dias 27/09 e 30/09 nos dois turnos.

10 Disponível em <http://www.psol50.org.br/site/paginas/2/estatuto>

Nesse sentido, apresenta-se a seguir a análise realizada de um universo de dez propostas para as mulheres e dez propostas para LGTBs, retiradas do Programa de Governo da candidata em 2014. A partir do olhar de Nancy Fraser, procura-se mapear os aspectos de redistribuição, reconhecimento e representação presentes em suas propostas.

Análise das propostas para mulheres e LGBTs no programa de governo de luciana genro: mapeando a redistribuição, o reconhecimento e a representação

A partir da teoria de Nancy Fraser sobre redistribuição, reconhecimento e representação aplicadas ao programa de governo de Luciana Genro, começamos pela análise das propostas realizadas para o segmento Mulheres. As ações foram classificadas dentro dos três grupos estudados. Da mesma forma a análise é realizada quanto às propostas para LGBTs.

MULHERES

Em seu programa de governo, Luciana Genro definiu como base das propostas direcionadas às mulheres três eixos prioritários: combate a todas as formas de machismo e sexismo; compromisso em defesa e ampliação dos direitos das mulheres; e construção participativa de políticas públicas visando combater o machismo por meio do diálogo permanente com os movimentos sociais e entidades buscando elaboração (PARTIDO SOCIALISMO E LIBERDADE, 2014, p. 65). A partir dos três eixos prioritários, Genro propõe dez ações. Para este estudo, escolheu-se analisar seis destas propostas, que são entendidas, na visão das autoras, como as que mais se relacionam com a teoria adotada. As propostas estão subagrupadas já dentro das categorias de redistribuição, reconhecimento e representação, conforme entendidas por Fraser.

Redistribuição

a) Aumento da oferta de vagas na educação infantil

Nesta proposta é abordada a necessidade de melhorias e aumentos do número de vagas para a educação infantil, uma vez que o crescimento das estatísticas de mulheres chefes de família exige que elas tenham formas de promover o cuidado e segurança dos filhos enquanto trabalham. Esta pode ser entendida como uma política de reconhecimento, que admite a necessidade do apoio do poder público para o empoderamento feminino. Porém, e ao mesmo tempo, encontra a redistribuição, a partir do momento que propõe o financiamento e o maior investimento com esse fim.

Outra questão crucial se refere às creches, já que, nas nossas sociedades, as mulheres são as principais responsáveis pelo cuidado com os filhos e ausência desse tipo de serviço é um obstáculo, por vezes intransponível, para a participação política, escolarização ou ingresso no mercado de trabalho. (MIGUEL; BIROLI, 2014, p. 66).

b) Pela equidade salarial

Esta proposta é um exemplo prático do conceito defendido pela autora, que concebe redistribuição e reconhecimento como uma união não excludente. Ao buscar formas de promover a equidade salarial entre homens e mulheres, o que se vê é uma redistribuição econômica e quebra do paradigma dominante em que mulheres, por um longo tempo, foram privadas da liberdade de trabalhar fora de casa, do acesso à educação e, assim, continuam encarando comportamentos de exclusão por grande parte dos ambientes de trabalho serem formados tomando como base um universo masculino. Trata-se, assim, igualmente, de reconhecimento, a partir do momento em que aborda questões como aumento de creches e admite, com a proposta, que as mulheres recebem tratamento diferente pelo fator gênero.

Para Fraser, nem toda má distribuição é um subproduto do não reconhecimento, como exemplifica, situando a importância de unir os dois conceitos e não aplicá-los como questão prática de justiça, isoladamente.

Veja o caso do homem branco, trabalhador industrial especializado, que fica desempregado, em virtude do fechamento da fábrica em que trabalha, devido a uma função corporativa especulativa. Nesse caso, a injustiça da má distribuição tem pouco a ver com o não reconhecimento. (FRASER, 2007, p. 117).

Com esse caso, ela reafirma que uma teoria da justiça que realmente promova a paridade de participação na sociedade precisa ir além dos padrões de valoração cultural, bem como das relações econômicas.

Reconhecimento

a) Combate à violência

A primeira das chamadas propostas de ação está relacionada à violência contra a mulher. Após criticar o governo federal pela atenção dada ao tema, estão enumeradas as ações que serão realizadas. Entre elas, prevê a criação de campanhas educativas, ampliação de serviços de assistência, capacitação de servidores públicos, além de expandir delegacias da mulher com funcionamento 24 horas.

Esses primeiros itens trazem o viés do reconhecimento das diferenças abordado por Fraser. O contexto no qual a mulher está inserida - de violência e exposição a riscos por uma questão de gênero - acarreta a necessidade da atenção diferenciada. A partir do momento em que a condição feminina a expõe a maiores problemas, caberia também ao poder público implementar ações que promovam a justiça, mesmo que seja necessária a criação e imposição de serviços que beneficiem essa parte da população, já que trata-se de um contexto em que ela é desfavorecida e impedida, em alguns casos, de viver em condições de equidade.

Como lembra Biroli (2014), o risco para as mulheres tem grau diferenciado de acordo com realidades geográficas, no entanto dados de variadas instituições apresentam números que comprovam altos índices de violência atingindo o público feminino. Entre 2001 e 2011, estima-se que ocorreram mais de 50 mil feminicídios no Brasil, segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA).

A ameaça difusa que a violência sexual representa para as mulheres pode ser pensada como um dos aspectos que as definem como um grupo social distinto dos homens. As lutas feministas produziram avanços na legislação relativa à violência doméstica e ao estupro em diversas partes do mundo, mas permanece alto o número de estupro e de assassinatos de mulheres por homens com quem elas tiveram relações afetivas. (MIGUEL; BIROLI, 2014, p. 43).

Ainda segundo Biroli, o combate a esse tipo de violência esbarra constantemente não só em normas e políticas, mas também na construção social que mantém a dominação masculina no cotidiano.

Dentro das propostas para mulheres, a busca por combater a lesbofobia (preconceito contra mulheres lésbicas) e a transfobia (preconceito contra transexuais) é um dos pontos propostos que podemos inserir no item reconhecimento que, sugere, entre outros assuntos, a intervenção do poder público para coibir a violência contra esses grupos, reconhecendo a necessidade de dar mais atenção a eles, para que se consiga o objetivo da paridade participativa. No entanto, como trataremos especificamente das propostas para LGBTs, a análise mais aprofundada dos temas será vista adiante.

b) Legalização do aborto e parto humanizado

Esta proposta trata da legalização do aborto. De acordo com o texto, o objetivo é permitir a interrupção voluntária da mulher até a 12ª semana de gestação e, em casos de estupro, até a 14ª. Além disso, obriga governos federal, estadual e municipal a prestarem assistência nos procedimentos e, por fim, cria um programa de conscientização sobre prevenção de gravidez e maternidade.

O direito às escolhas no caso do aborto deve ultrapassar o sentido negativo da liberdade que está aí envolvida. Isso significa que deve ser apoiado pelo Estado por meio de políticas públicas de combate à violência, de orientação para o respeito às decisões individuais e de atendimento adequado na área de saúde (MIGUEL; BIROLI, 2014, p. 127).

O tema tem sido levantado pelo movimento feminista ao longo das décadas, mas, no Brasil, não houve avanços consideráveis do ponto de vista político. Um dos argumentos para a rejeição da proposta é o de que o aborto seria então tratado como um método contraceptivo.

A proposta do movimento feminista não é a utilização do aborto como método contraceptivo, e sim como último recurso ao qual as mulheres devem ter seu direito assegurado, no sentido de garantir que a maternidade seja o resultado de uma opção consciente e não de uma fatalidade biológica (ALVES E PITANGUY, 1985, p.61).

Ainda dentro do âmbito da saúde feminina, a quarta pauta refere-se à defesa do parto humanizado e ao que se chamou de defesa contra à violência obstétrica. A proposta é baseada no projeto de lei 7633/2014 de autoria do deputado federal Jean Wyllys (PSOL-RJ).

c) Aumento do tempo de licenças maternidade e paternidade

A ideia de ampliar o tempo de licença-maternidade das mães para um ano e dos pais para um mês tem como justificativa possibilitar a maior aproximação e laço entre a criança e seus responsáveis. De acordo com a explicação, a partir do momento em que o homem tem mais contato com o bebê, suas responsabilidades e deveres com o filho são fortalecidos. Assim, a mulher teria mais liberdade no momento em que as tarefas são divididas.

No entanto, a diferença proposta aos dois, 11 meses a mais para o público feminino, pode ser questionada em sua forma de buscar equidade. Devido a fatores biológicos pós-gravidez, o afastamento do trabalho é mais necessário para a mulher. Porém, acreditamos que o aumento mantém a desproporcionalidade no critério de quem terá mais disponibilidade para a dedicação à família, o que não acarretaria em mudanças significativas no papel estabelecido culturalmente de que as atividades domésticas cabem à mulher.

Portanto, seria mais viável a ideia de uma proposta que garantisse aos pais a possibilidade de terem mais tempo com seus filhos, o que, por consequência, permitiria à mãe mais tempo e autonomia para dedicação às atividades que deseja ou precisa, sejam elas relacionadas a aspectos de aperfeiçoamento profissional, sejam emocionais e físicas. Fraser abordou esse contexto na perspectiva do que denominou condição intersubjetiva de paridade participativa, que:

Exclui normas institucionalizadas que sistematicamente depreciam algumas categorias de pessoas e as características associadas a elas. Nesse sentido, são excluídos os padrões institucionalizados de valores que negam a algumas pessoas a condição de parceiros integrais na interação, seja sobrecarregando-os com uma excessiva atribuição de diferença, seja falhando em reconhecer o que lhes é distintivo (FRASER, 2007, p. 120).

d) Atenção às mulheres negras

Entre as bandeiras em prol das mulheres, há um ponto que reconhece a atenção que o Governo Federal deve dar às questões que envolvem direitos das mulheres negras. Por meio do reconhecimento das diferenças, o Estado deve promover políticas públicas que as assegurem o direito de paridade participativa. As ideias buscam desconstruir perspectivas culturalmente impregnadas na sociedade da dominação que privilegia o homem branco, heterossexual e de classe média a alta. A proposta assegura atendimento “especial” para a saúde das mulheres negras, principalmente nos casos de diabetes, hipertensão e anemia.

Essa pauta reconhece a diferença e, assim, a necessidade de um tratamento, prevenção ou cuidado especializado para as mulheres negras. Esse reconhecimento não busca diferenciação do grupo enquanto cidadãs, mas condições que considerem suas questões específicas, promovendo assim o equilíbrio social dessas mulheres. Nesse ponto, vale destacar os preceitos de reconhecimento da diferença de Fraser, que propõem o equilíbrio social e a paridade participativa, e não a segregação de grupos com interesses distintos.

Uma abordagem compreensiva precisaria integrar o social e o cultural, desenvolvendo uma teoria crítica do reconhecimento, distinguindo aquelas reivindicações pelo reconhecimento da diferença que promovam a causa da igualdade social daquelas que a retardam ou a solapam. (FRASER, 1997a, p. 5).

Representação

a) Reforma política que fortaleça a participação das mulheres

No 7º item, há propostas que buscam promover a maior participação das mulheres na atividade política. Apesar de constituírem mais da metade do eleitorado brasileiro, o público feminino continua ocupando apenas 10% das cadeiras da Câmara Federal. O índice tem se repetido a cada eleição. Em 2010, somavam 8,8% (45 dentre as 513 vagas). Em 2014, houve um aumento de 13,33 % e 51 foram eleitas no dia 5 de outubro.¹¹

11 Disponível em: <http://eleicoes.uol.com.br/2014/noticias/2014/10/06/cresce-numero-de-mulheres-eleitas-nocongresso-mas-fatia-ainda-e-de-so-10.htm>

Nesse contexto, o programa de Genro tem cinco diretrizes que contemplam a questão da representação, resumidos em uma proposta, que são: a defesa do sistema de votação proporcional em lista partidária pré-ordenada, com paridade de gênero; a democratização dos espaços de definição de políticas públicas; realização de conferências de políticas públicas para mulheres; criação de mais secretarias de apoio às mulheres; e prezar pela laicidade do Estado.

A questão da representação é hoje um ponto de destaque da luta feminista e esbarra no que Fraser chamou de “mau enquadramento”, que provoca a invisibilidade de grupos ou indivíduos historicamente e culturalmente com menos acesso ao conceito amplo de justiça. O tema é um fator cada vez mais importante como a terceira dimensão do modelo teórico tridimensional de justiça, justamente pelas injustiças pertinentes à sua ausência, ou a uma pseudorrepresentação, capaz de permitir um falso conforto e acomodação.

Como a entendo, representação não é apenas uma questão de assegurar voz política igual a mulheres em comunidades políticas já constituídas. Ao lado disso, é necessário reenquadrar as disputas sobre justiça que não podem ser propriamente contidas nos regimes estabelecidos. Logo, ao contestar o mau enquadramento, o feminismo transnacional está reconfigurando a justiça de gênero como um problema tridimensional, no qual redistribuição, reconhecimento e representação devem ser integrados de forma equilibrada. (FRASER, 2007, p. 305).

b) Por uma educação não-sexista

Trata-se de uma pauta subjetiva, que não expõe exatamente de que maneira se daria a mudança na educação das escolas brasileiras. No entanto, fala em uma educação não-sexista, que eduque os alunos de modo a não terem preconceitos relacionados a gênero. Apesar de não definir a forma em que o aprendizado se daria, acreditamos que reconhecer a necessidade de abordar as questões e levá-las ao debate contribuem para a formação de jovens, reconhece a existência de pessoas e famílias além do modelo convencional e que convencionalizado a ser encarado como o correto de “pai, mãe e filhos”.

A representação da família, portanto, está em pauta e a proposta é a revisão dos modelos adotados como corretos, o que perpassa todas as demandas da sociedade desde a formação das consciências.

A ideia é abordada pelos estudos feministas há algumas décadas (ALVES; PITANGUY, 1985) mas tem ganhado mais destaque nos últimos, a partir das discussões em casas legislativas sobre a discussão sobre diversidade de gênero nas escolas.

O movimento feminista procura, portanto, através de uma nova ação pedagógica, demonstrar como os livros didáticos reproduzem a imagem tradicional da mulher e confirmam a diferenciação de papéis tanto no lar quanto na esfera profissional: a mulher costura ou cozinha ou varre, o homem lê o jornal; a mulher é enfermeira ou secretária, o homem, médico ou executivo. Demonstrar como as histórias infantis também reproduzem os papéis diferenciados: a mulher é passiva, espera que o homem, ativo, a ‘salve’, é passivamente dada em casamento como prêmio, sem que se cogite de sua vontade. (ALVES E PITANGUY, 1985, p. 82).

LGBTs

As propostas para a população LGBT foram abordadas, assim como a para as mulheres, por três eixos de prioridades: combate a todas as formas de preconceito por orientação sexual e/ou identidade ou expressão de gênero; garantia de igualdade jurídica para a população LGBT em todos os âmbitos; e elaboração participativa através do diálogo permanente com os movimentos sociais e a comunidade.

Reconhecimento

a) Criminalização da discriminação contra LGBT e implantação de políticas concretas de combate sistêmico à homofobia e à transfobia

Esta proposta pretende englobar todas as formas de opressão sexual - homofobia, gayfobia, lesbofobia, bifobia e transfobia - equiparadas ao racismo. Portanto a proposta parte de uma ideia de que seja criminalizado, ou seja, que se crie uma legislação integral para criar mecanismos de combate e proteção a crimes ligados a natureza da sexualidade.

Segundo Fraser, o reconhecimento está ligado às demandas culturais das sociedades pós 1960. E nesse contexto, as mudanças institucionais ligadas à compreensão e aceitação da diversidade se-

xual e do respeito a este grupo são uma crescente nos dias atuais. Esta proposta, portanto, incide na categoria reconhecimento, pois trata-se da visibilidade de uma tipologia nova de crime que ocorre dentro de um grupo não hegemônico como o homossexual, reconhecendo-o perante a sociedade.

b) Alteração do Código Civil para assegurar a conquista do casamento civil igualitário

Esta é uma política de reconhecimento proposta por Genro, também indo de encontro ao abordado na proposta anterior. O direito ao casamento civil para casais heterossexuais é o processo hegemônico e, portanto, excludente, pois não assegura a casais homossexuais o direito a união civil, configurando uma injustiça social. Para a paridade ocorrer, reconhece-se no âmbito macro, logo na alteração do código civil para assegurar o direito comum a este grupo.

c) Garantia do direito de travestis e transexuais à saúde integral

Esta proposta prevê a este grupo marginalizado a melhoria dos serviços oferecidos pela saúde pública, como a hormonioterapia e operações transeunitalizadoras. Na proposta, Genro salienta que são apenas quatro hospitais públicos no país que fornecem esses serviços, portanto há uma lacuna no país que deve ser reconhecida.

O PSOL defende a despatologização da travestilidade e da transexualidade e reconhece o direito da população trans à autodefinição da identidade de gênero, o que será garantido pela Lei João Nery. Além disso, investiremos mais recursos na formação de profissionais da saúde para assegurar os tratamentos e procedimentos reivindicados por travestis e transexuais (PARTIDO SOCIALISMO E LIBERDADE, 2014, p. 63).

Enquadra-se, desta forma, como política de reconhecimento, pois está ligada diretamente a uma questão cultural e social: do estigma de um grupo. Também, nesse sentido, da leitura da transexualidade como uma doença. Como Fraser aborda, o reconhecimento se articula desse diálogo entre o social e o cultural:

Dessa forma, uma abordagem compreensiva precisaria integrar o

social e o cultural, desenvolvendo uma teoria crítica do reconhecimento, distinguindo aquelas reivindicações pelo reconhecimento da diferença que promovam a causa da igualdade social daquelas que a retardam ou a solapam (FRASER, 1997a, p. 5).

d) Garantia do direito à autodefinição da identidade de gênero:

Como outra proposta neste estudo, sob a perspectiva do reconhecimento, tem-se a garantia do direito a autodefinição de identidade de gênero. Nessa proposta, a candidata Luciana Genro defende a criação de uma lei de identidade de gênero, para garantir às pessoas trans – travestis, transexuais e transgênero – o direito a escolha do nome próprio e à livre determinação sobre os seus corpos. Defende uma política do nome social e não de identidade dupla, a fim de possibilitar a escolha dessas pessoas a mudarem seus documentos de acordo com a sua identidade de gênero.

Essa proposta entende-se como uma política de reconhecimento, pois o pressuposto de igualdade veio aqui acompanhado de afirmação e respeito à diferença, o que em muito se assemelha com o que Fraser propõe por reconhecimento. Como afirmado, reconhecimento passa por uma questão contemporânea de valorização das diferenças a partir do surgimento de setores sociais não-hegemônicos, no qual a população trans enquadra-se, em certo sentido.

e) Implementação do kit “Escola sem Homofobia” e revisão dos materiais

Esta proposta prevê a inserção em âmbito educativo de um material que circule em todos os níveis de ensino, adequados a idade e maturidade dos alunos e alunas. Parte da ideia de que a luta contra homo/lesbo/bi/transfobia deve começar desde o ambiente escolar, para que a sociedade se construa sem opressões dessa natureza. Esta proposta também pode entender-se como uma política de reconhecimento, pois posiciona dentro do debate escolar a questão do entendimento da violência e opressão homofóbica, tema tido como tabu historicamente, que invisibilizava sujeitos não heterossexuais.

f) Constitucionalização da proteção às LGBTs e a todas as formas de família LGBT

“Defendemos todas as formas de família que existem em nossa sociedade, por isso somos a favor do acesso igualitário à adoção e à reprodução humana assistida, sem qualquer forma de discriminação aos casais do mesmo sexo ou às pessoas solteiras, seja qual for a sua orientação sexual e/ou identidade de gênero.” (PARTIDO SOCIALISMO E LIBERDADE, 2014, p. 65).

Esta ação permite o reconhecimento dessas famílias, agindo de forma que não sejam marginalizadas e excluídas dos programas sociais do governo. Trata-se, assim, de uma proposta que se enquadra como reconhecimento, pois prevê o direito igualitário a formas de família que não as tradicionais, constituída por homem e mulher.

Representação

a) Criação de um observatório para monitoramento da violência homofóbica

Esta proposta parte do objetivo da criação de um canal para identificação e mapeamento dos crimes de ódio, em especial a violência homofóbica. Conforme apontado pelo plano de governo, a ideia é implantar um meio que concentre denúncias e casos desse tipo para a criação de mecanismos de combate como políticas públicas específicas para esta forma de crime. Para Fraser, a representação complementa o reconhecimento, pois cria mecanismos capazes de dar voz a setores não contemplados pela sociedade. Como explica Abreu (2011):

Como terceira dimensão da justiça, a representação vem complementar as duas primeiras, na medida em que diz respeito à demanda por voz de grupos que não predominam (...). Na representação, portanto, está acoplada a dimensão propriamente política da justiça, que tem como papel, precisamente, garantir canais em que as demais demandas possam ser manifestadas e os conflitos sociais equacionados e, quem sabe, solucionados. (ABREU, 2011, p. 10).

a) Fortalecimento da participação direta das LGBTs

A representação ocorre, também, na última proposta de Luciana Genro para a população LGBT, quando planeja para o seu mandato conferências que deem voz a este grupo, proporcionando um

diálogo direto com o movimento social e as pautas, afim de criar uma agenda política que dê visibilidade a questões próprias desse segmento. Enquadra-se como representação, pois esta proposta possibilita canais antes pouco utilizados que visam inferir diretamente na política macro do país. “Como presidenta, Luciana realizará as conferências de forma mais periódica e democrática e com mais estrutura” (p. 64). Trata-se claramente do fortalecimento de um canal para a representação política deste segmento.

Considerações finais

Além de analisar o programa de governo de Luciana Genro como integrante do conjunto de marketing eleitoral, apresentar conceitos e teóricos que abordam questões de gênero, o artigo tem interesse social. Buscou entender de que maneira dois grupos com históricos de impossibilidades de participação igualitária na sociedade são apresentados e reconhecidos na pauta política em uma campanha eleitoral.

Segundo levantamento do Ministério da Justiça de 2012, a cada dia, 13 pessoas são mortas, vítimas de crimes relacionados à homofobia. Em relação às mulheres, apesar de avanços legislativos e da criação da Lei Maria da Penha, a estimativa é que a cada cinco minutos, uma mulher é agredida no Brasil e, em cerca de 70% dos casos, o agressor é o marido ou namorado. Os dados são um exemplo claro de que a luta pelos direitos de mulheres e LGBTs merecem atenção, como tem considerado o PSOL por meio de suas propostas e projetos de lei apresentados por filiados como o deputado federal (PSOL-RJ) Jean Willys.

Quando Nancy Fraser foi escolhida para a análise da pesquisa, vimos a oportunidade de partir das críticas e entraves ao estudo de possíveis soluções para os problemas que enfrentam mulheres e LGBTs, aplicando os conceitos de uma das teóricas mais respeitadas e discutidas em questões que poderiam tornar-se medidas práticas. Nesse caso, vimos que os estudos e categorias de Fraser estão de acordo com necessidades dos dois grupos, não ainda de maneira ideal, porém como passos relevantes. Embora Genro não tenha sido eleita e não possamos saber como as propostas se comportariam na vida real, a partir do momento em que são apresentadas, contribuem para que assuntos polêmicos e evitados, como o aborto, por exemplo, deixem a invisibilidade e o silêncio, promovendo, assim, mais discussão.

Entre as três categorias defendidas pela autora, reconhecimento é a mais presente entre as propostas analisadas. Acreditamos que até acontecer o cenário ideal de equidade social, os grupos precisam ter propostas específicas e políticas afirmativas. O processo é longo, porém não impossível. Segundo Fraser (ABREU, 2011), redistribuição, reconhecimento e representação são categorias plenamente adequadas e igualmente aplicáveis ao Brasil, mesmo considerando-se suas especificidades.

Nas propostas para LGBTs não houve presença da categoria redistribuição. Ainda que o programa de governo estabeleça diretrizes congruentes em relação ao reconhecimento e a representação, a questão econômica ainda fica aquém. Como por exemplo, um rearranjo de renda à grupos em situação de vulnerabilidade socioeconômica e com dificuldade de inserção no mercado de trabalho como o de transexuais não foi observado. É o que Fraser alerta sobre o bidimensionamento do reconhecimento com a redistribuição: uma categoria deve agir em função da outra, para que a real paridade social possa acontecer. Nesse sentido, considera-se que esse ponto tenha sido falho, pois não houve nenhuma proposta efetiva para realocar o lugar econômico desses sujeitos.

Seria interessante analisar de que maneira os outros candidatos trataram os temas para uma ideia mais ampla e a visão geral de intenções dos partidos e seus escolhidos representantes, além de observar quando as pautas começaram a fazer parte de propostas de candidatos à presidência da República e de que maneira. São possíveis propostas para os nossos próximos estudos.

Procuramos analisar passos ainda iniciais da discussão sobre gênero em campanhas eleitorais. O momento é particularmente instigante à pesquisa. Os dois grupos passam por evoluções no âmbito de reconhecimento de direitos. Em contrapartida, os debates políticos estão cada vez mais polarizados quando o assunto é, especialmente, causas LGBTs. Enquanto isso, os índices de violência contra a mulher continuam alarmantes. Se por um lado há partidos como o PSOL, que defendem mais direitos que promovam paridade participativa para LGBTs, assistimos retrocessos dessas conquistas como a aprovação, ainda no âmbito inicial de deliberação no Congresso Nacional, do Estatuto da Família, que reconhece como família a composição de pai, mãe e filhos.

Em suma, é possível concordar com a perspectiva teórica da autora analisada, Nancy Fraser, e seus estudos sobre direitos, reconhecimento, redistribuição e representação. Se faz pertinente que a comunicação política e o marketing eleitoral priorizem questões de gênero e justiça social, como no caso explorado por este estudo. Também acreditamos que até que a igualdade seja atingida em uma sociedade, os grupos merecem o reconhecimento de suas diferenças e, assim, a ação do Estado que garanta o equilíbrio social e econômico. Sobre o contexto peculiar de produção deste artigo, citado no parágrafo anterior, deixamos a frase exposta por Luciana Genro no *website* de sua campanha, mais precisamente ao finalizar sua biografia no item “quem sou eu”: *“Como escreveu Daniel Bensaid, vivemos tempos de transição entre o não mais e o ainda não, em que o antigo não acabou de morrer enquanto o novo pena para nascer”*.

Referências

ABREU, Maria Aparecida. **Redistribuição, Reconhecimento e Representação** – diálogos sobre igualdade de gênero. Brasília: IPEA, 2011.

ALMEIDA, Jorge. O marketing político-eleitoral. In: **Comunicação e política: conceitos e abordagens** / RUBIM, Antonio Albino Canelas (Org.); Joe Lopes. - Salvador: Edufba, 2004.

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jaqueline. **O que é feminismo**. 8 ed. São Paulo: Abril Cultural: Brasiliense, 1985.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. Trad. Sérgio Milliet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**. Feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CARDOSO, Fábio Luiz Lopes. Cidadania, paridade de participação e o modelo de análise tridimensional de Nancy Fraser. **Sem Aspás**, Araraquara, v. 1, n. 1 p. 103-116, jan./jul.2012.

CASTRO, Susana de. Nancy Fraser e a Teoria da Justiça na Contemporaneidade. **Revista Redescrições** – Revista on line do GT de Pragmatismo e Filosofia Norte-americana Ano 2, Número 2, 2010. Disponível em http://www.gtpragmatismo.com.br/redescricoes/redescricoes/ano2_02/1_castro.pdf.

CARVALHO, Rejane Vasconcelos Accioly de. **Transição democrática brasileira e padrão midiático publicitário da política**. Campinas: Pontes; Fortaleza: UFCE, 1999.

FRASER, Nancy. **Reconhecimento sem ética?** Lua Nova, 2007.

_____. Mapeando a imaginação feminista: da redistribuição ao reconhecimento e à representação. **Estudos feministas**, Florianópolis, v. 15, n. 2, p. 291308, mai./ago, 2007.

_____. **Reframing justice**. Amsterdam: Royal Van Gorcum, 2005.

_____. “Social Justice in the Age of Identity Politics: Redistribution, Recognition, and Participation”. In: Fraser, Nancy e Honneth, Axel. **Redistribution or Recognition?** A political-Philosophical Exchange. Nova Iorque, Londres: verso, 2003. p. 7- 109.

_____. Redistribuição ou Reconhecimento? Classe e status na sociedade contemporânea. In: Rio de Janeiro: **Interseções**, nº 1, ano 4, jan. jun., 2002.

_____. **Justice interruptus**: critical reflections on the ‘post socialist’ condition. New York: Routledge, 1997a.

GOMES, Neusa Dermatini. **Os instrumentos do marketing político e eleitoral e a persuasão como elemento comum entre eles**. Disponível em: <http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/os-instrumentos-do-marketing-politico-e-eleitoral-de-neusa-demartini-gomes/> Acesso em: 10/08/2015.

GUILBERT, Madaleine. Le travail des femmes. **Revue Français Edu Travail**, n. 8, p. 66371, 1946.

HONNETH, Axel. **Luta por Reconhecimento, a gramática moral dos conflitos sociais**. Trad. Luiz Repa. 2 ed. São Paulo: Ed. 34, 2009.

LIMA, Alex Myller Duarte. **Justiça em Nancy Fraser**. 151f. Dissertação (Mestrado em Ética Epistemologia) - Centro de Ciências Humanas e Letras, Universidade Federal do Piauí, Teresina: Piauí, 2010. Disponível em http://www.ufpi.br/subsiteFiles/eticaepistemologia/arquivos/files/LIMA%20Alex_Justica%20em%20Nancy%20Fraser.pdf.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. Tradução Bazán tecnologia e Linguística; Revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.

LAVAREDA, Antonio. **Emoções Ocultas e Estratégias Eleitorais**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

MANHANELLI, Carlos Augusto. **Marketing pós-eleitoral**. São Paulo: Summus, 2004.

_____. Carlos Augusto. **Marketing Eleitoral: o passo a passo do nascimento de um candidato**. São Paulo: Geração Editorial, 2009.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e Política: uma introdução**. São Paulo: Boitempo, 2014.

PANKE, Luciana. Discurso e propaganda eleitoral: conceitos e técnicas. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** (Intercom), nº 34, 2011, Recife. Quem tem medo da pesquisa empírica? Anais... Recife: UCPE, 2011.

PANKE, Luciana; MACEDO, Roberto Gondo (organizadores). **HGPE: Desafios e Perspectivas nos 50 anos do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral no Brasil**. Capivari: Editora Nova Consciência, 2013.

PARTIDO SOCIALISMO E LIBERDADE. **Programa de Governo Luciana Genro 50 – O povo acordou por mais direitos**. Eleições 2014, 2014. Disponível em: <http://lucianagenro.com.br/wp-content/uploads/2014/07/programa.pdf>. Acesso em 12 de junho de 2015.

RAWLS, John. **Uma teoria da justiça**. Trad. Jussara Simões. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

SCAVONE, Lucila. Estudos de gênero: uma sociologia feminista? **Revista de Estudos Feministas**, vol.16, n.1, p.173-186, 2008.

SUÁREZ, Mireya. A problematização das diferenças de gênero e a antropologia. In: AGUIAR, Neuma (Org.). **Gênero e ciências humanas: desafios às ciências desde a perspectiva das mulheres**. Rio de Janeiro: Record; Rosa dos Tempos, 1997.

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

SIMIÃO, Daniel Schroeter. **Gênero no mundo do trabalho**. Brasília, Mimeo, 2000.

VILLELA, Wilza V. & ARILHA, Margareth. Sexualidade, gênero e direitos sexuais e reprodutivos. In BERQUÓ, Elza (org.). **Sexo & vida: panorama da saúde reprodutiva no Brasil**. Campinas: Editora da UNICAMP, 2003.

