

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE HUMANIDADES
MESTRADO EM SOCIOLOGIA

“O Corpo Belo”: beleza e práticas de embelezamento no discurso
das mulheres da zona rural.

(estudo de caso no Mororó – distrito da cidade de Barra de Santana – PB)

Josilene Barbosa do Nascimento

Campina Grande – PB

Março - 2001

Josilene Barbosa do Nascimento

**“O Corpo Belo”: beleza e práticas de embelezamento no discurso
das mulheres da zona rural.**

(estudo de caso no Mororó – Distrito da cidade de Barra de Santana – PB)

Dissertação de Mestrado apresentada ao programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal da Paraíba em cumprimento às exigências para obtenção do Grau de Mestre.

Área de concentração: Sociologia Rural

Orientador: Prof. Dr. Durval Muniz de Albuquerque Júnior

Campina Grande – Pb

Março – 2001

Josilene Barbosa do Nascimento

**“O Corpo Belo”: beleza e práticas de embelezamento no discurso
das mulheres da zona rural.**

Dissertação apresentada em: 26/ 03/ 2001

Comissão examinadora:

Prof. Dr. Durval Muniz de Albuquerque Júnior

Orientador

Prof. Dr. Russell Parry Scott

Examinador

Prof.^a. Dr.^a. Simone Carneiro Maldonado

Examinadora

DIGITALIZAÇÃO:

SISTEMOTECA - UFCG

Dedicatória:

À memória de minha adorável avó materna.

À minha mãe e ao meu pai que, no percurso dessa caminhada, incentivaram-me a
trilhar, com segurança, este caminho.

Às mulheres e aos homens que buscam, incessantemente, recriar, reinventar várias
formas de pensar e ver a beleza, resignificando o que é o corpo belo.

Agradecimentos:

Escrever um texto é um processo solitário. Entretanto, evidenciando que não nasce sozinho, ao terminá-lo, não podemos deixar de mencionar as diversas pessoas que permaneceram ao nosso lado, durante esses últimos dois anos, na gestação e nascimento deste texto. Nesta caminhada, mesmo correndo o risco de esquecer alguém, agradecemos, exclusivamente:

- Às mulheres do Mororó, minhas informantes, tão alegres, receptivas e colaboradoras;
- À Durval Muniz de Albuquerque Júnior, meu orientador, sempre divertido, às vezes sarcástico, extremamente talentoso e sensível. O seu modo fascinante, “teatral”, de “passear” pelos temas, transformou o meu modo de perceber o mundo, as pessoas, as “verdades” e, principalmente, a mim mesma. Sua orientação construtiva, dedicada e crítica, proporcionando um grande enriquecimento no nosso trabalho, manifestou-se como mais uma causa para que admirasse sua capacidade e profissionalismo;
- À tia Jozefa Barbosa, a amiga Fabiana e a divertidíssima Dona Zefa, pela agradável hospitalidade durante a minha permanência no Mororó;
- À grande amiga Célia de Castro, pela amizade, constante incentivo e leitura final da dissertação;
- À tia “maluca” Josenilda e a grande amiga da minha família Luíza, sempre acreditando em mim, dando a maior força nesta jornada;
- À professora Íris, pelo estímulo e preocupação com a minha pesquisa e dissertação;
- À meu namorado Nilberto. Meu grande companheiro, amigo, sempre carinhoso, paciente, principalmente para ouvir meus infinitos comentários sobre minha pesquisa e a escrita de meu trabalho, suportando meus momentos de chatices, angústias, inseguranças e ausências;
- Às minhas irmãs, Josiane e Joseli, e meu irmão, Jocélio, que, mesmo silenciosamente estimularam-me a continuar nesta caminhada;
- Aos amigos pessoais: a “gordinha” Elaine, a “magrela” Clara, Rose, “Gulú”, Telma, Magna, “Shell”, Alexandre, Elias, Pablo, Neide, Enilda, Lize, Márcia, Fábio,

Marcelo, que, apesar do meu distanciamento temporário e/ou a falta de minha presença nos bate-papos e “biritas”, encorajaram-me, cada um a sua maneira, neste percurso;

- Aos colegas do “Curso de Mestrado”: Assunção, Wilmar, Zélia, Pereira, Emanuel, Kalina, minha xará Josilene, Simone, Jaciara e Isabel;
- À Pedro, pela sinceridade e companheirismo, pelo seu jeito diferente, sensível de perceber e criar um mundo próprio. Pela sua persistência e coragem em continuar no “Curso de Mestrado”, mesmo enfrentando todas as dificuldades e, talvez, incompreensões. Pedro poeta, dono de uma fala e de uma escrita estrangeira, mas, encantadora, porque única;
- À Zelito, baiano lindo, sempre me ajudando nas horas mais difíceis;
- À Joãozinho, Verinha e Rinaldo, funcionários do “Curso de Mestrado em Sociologia”, tão prestativos e preocupados em atender os mestrandos;
- À todos os professores do “Curso de Mestrado em Sociologia”, em particular, às professoras Marilda Menezes e Deolinda Ramalho, sempre incentivando-me neste curso;
- À CAPES, agência financiadora, pela bolsa de estudo concedida durante 24 meses, possibilitando a efetivação desse “Curso de Mestrado”.

Resumo

Este trabalho é um estudo sobre beleza corporal e práticas de embelezamento feminino e masculino, desenvolvido a partir das observações participante e não participante e dos discursos das mulheres da zona rural, particularmente, do Mororó. Os objetivos principais do estudo são: identificar os ideais de beleza feminina e masculina defendidos pelas depoentes da referida localidade; constatar de quais maneiras estas avaliam esteticamente seus próprios corpos a partir da subjetivação e/ou reelaboração dos padrões de beleza construídos e divulgados socialmente e da relação social com os sujeitos; mostrar quais as práticas de embelezamento – cotidianas ou não – que as mesmas dispõem como meio de ficarem mais bonitas.

O estudo mostra que os cânones de beleza feminina e masculina são construções sociais que definem faces e corpos esteticamente belos e feios. As análises indicam que as práticas de embelezamento são delimitadas pelo contexto social no qual as mulheres entrevistadas e/ou observadas estão inseridas, por questões econômicas, morais, religiosas e históricas e, também, diferenciadas de acordo com a faixa etária das mulheres e o gênero. Nesse sentido, as identidades de gênero demarcam não apenas universos femininos e masculinos mas, também, corpos e/ou aparências diferentes.

Finalmente, divergindo das representações da mulher rural divulgadas pela mídia, de que as mesmas são desatentas à beleza corporal, à vaidade e ao cuidado de si, o resultado da pesquisa aponta que as mulheres da zona rural buscam ser bonitas e atraentes.

Resumé

Cette étude porte sur la beauté corporelle et sur les pratiques d'embellissement féminines et masculines; elle s'est réalisée à partir d'observations participantes et non participantes, et du discours de femmes de la zone rurale, en particulier de Mororó. Les objectifs principaux de l'étude sont: identifier les idéaux de beauté féminine et masculine défendus par les informantes de cette localité; constater de quelles manières elles évaluent esthétiquement les différentes parties du corps, les jugeant attirantes ou non, à partir de la subjectivation et/ou de la réélaboration des patrons de beauté construits et diffusés socialement et de la relation sociale entre sujets; montrer quelles sont les pratiques d'embellissement – quotidiennes ou non – dont elles disposent pour être plus jolies.

L'étude montre que les canons de beauté féminine et masculine sont des constructions sociales qui définissent les visages et les corps comme esthétiquement beaux ou laids. Les analyses indiquent que les pratiques d'embellissement sont délimitées par le contexte social dans lequel les femmes interrogées et/ou observées sont insérées, pour des raisons économiques, morales, religieuses et historiques, et aussi différenciées selon l'âge des femmes et le sexe. En ce sens, les identités de genre démarquent non seulement des univers féminins et masculins, mais aussi des corps ou apparences différents.

Finalement, différemment des représentations de la femme rurale divulguées par les médias, selon lesquelles elle ne porterait aucune attention à la beauté corporelle, à la coquetterie ou aux soins personnels, le résultat de la recherche indique que les femmes de la zone rurale cherchent à être jolies e attirantes.

Sumário

Introdução

Capítulo I

O ideal de beleza feminina e de beleza masculina.....	34
1.1- O Ideal de Beleza Feminina: corpos robustos X corpos magérrimos e longilíneos X curvas corporais “concupiscentes”.....	37
1.1.1- A Fala das Mulheres da Zona Rural: reforça ou reelabora o ideal de beleza feminina?	45
1.2- O ideal de beleza masculina.....	57
1.2.1- O Discurso das Mulheres: corpos viris X faces andróginas	60
1.3- Quem é “Patinho Feio?”	72
1.3.1- Lábios Grossos, Cabelos Crespos e Nariz Largo: “ <i>é feio demais.</i> ”	77
1.4- Vantagens e desvantagens de ser belo	84

Capítulo II

A Auto-avaliação Corporal das Mulheres da Zona Rural: “espelho, espelho meu... Existe alguém mais bela ou mais feia do que eu?”	91
1.1- Descrevendo o próprio corpo.....	91
1.2- Gravidez: enfeia ou embeleza o corpo da mulher?.....	103

Capítulo III

A Vaidade: quando a “Gata Borralheira” do sítio transforma-se na “Cinderela”	111
1.1- O Grande Dilema: mudar ou não mudar o corpo, eis a questão... Deus não o fez assim?	114
1.2- O arrumar-se como meio de ser e estar bonita.....	119
1.2.1- A valorização das práticas de higiene e/ou depilação.	129
1.2.2- Modos de “se vestir”.	135
1.2.3- Modos de “se pintar”.....	148
1.3- A vaidade, o cuidado de si, “é coisa” somente de mulher?	154

Considerações Finais.....	163
Bibliografia.....	166
Anexos	

Introdução

“Toda a honra e reverência à beleza divina da forma! Que a cultivemos ao máximo nos homens, mulheres, crianças – em nosso jardim e em nossa casa. Mas que amemos também essa outra beleza, que não está em nenhum segredo da proporção, mas no segredo da profunda simpatia humana. Não podemos esperar pela beleza, devemos trazê-la à tona.”

(Eliot in Etcoff, 1999: 283)¹

¹ ETCOFF, Nancy. **A Lei do mais Belo: a ciência da Beleza**. Tradução de Ana Luiza Borges de Barros. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

Introdução

“Filósofos refletem sobre ela. Poetas de todos os tempos foram por ela inspirados. Revistas pornográficas a vendem. Indústria de cosméticos, o mundo da moda oferecem meios de alcançá-la. Ela, a beleza, captura ardilosamente corações, aprisiona mentes, atiça sentimentos variados”. (capa do livro “A Lei do Mais Belo” da autora Nancy Etcoff)

Nos perguntamos, o que é beleza física e como a reconhecemos? Como aprendemos a discriminar o que seria um corpo belo ou não? Por que achamos uma pessoa mais bonita fisicamente do que outra? Qualquer rosto, por exemplo, tem dois olhos, um nariz, uma boca, duas orelhas... Porém, o que nos faz perceber um rosto como sendo mais bonito ou mais feio do que outro?

A autora Angier (1998), inspirada nas explicações dos biólogos evolucionistas, que estudam o porquê da atração entre os animais, diz que:

“Uma bela aparência pode ser atraente não por caprichos estéticos, mas porque a beleza externa é um indicador razoavelmente confiável da qualidade do que está por trás.” (Angier, 1998: 56)

Tal justificação da beleza, de caráter evolucionista, é pautada na idéia de que diversas espécies de animais, inclusive os seres humanos, julgam a aparência de um provável parceiro utilizando critérios que são um marco clássico da beleza: a simetria. Nesse sentido, procura-se num possível pretendente o melhor equilíbrio entre as duas metades do corpo. Entre alguns animais, os sinais de harmonia física indicariam pistas do estado de saúde do pretendente, do vigor de seu sistema imunológico e da capacidade de seus genes para enfrentar as atribulações do ambiente.

No caso dos seres humanos, Angier (1998) assegura que as faces consideradas mais “perfeitamente” belas são, na verdade, algumas das mais simétricas, harmoniosas.

A visão do evolucionismo social – que fez surgir a Antropologia – leva ao racismo, pois inventa uma hierarquização das raças, pensando-as como um *continuum* evolutivo do inferior até o superior. Ao lado do evolucionismo social, duas outras teorias se utilizam das máximas do evolucionismo: o determinismo geográfico e o determinismo racial. Por exemplo, o determinismo racial, afirma que a raça constitui um fenômeno essencial. Diz-se com isso que há, por exemplo, entre o branco e o negro a mesma distância que existe entre o cavalo e a mula; acredita-se que a partir de

características exteriores – como a cor, o tamanho do cérebro, o tipo de cabelo – pode-se chegar a conclusões sobre aspectos morais das diferentes raças. Esse tipo de pensamento, na verdade, estimula certas uniões e impedem outras. Os europeus seriam, portanto, a raça pura, superior, perfeita, a mais bela esteticamente.²

Etcoff (1999) salienta que durante toda a história, artistas tentaram capturar as proporções geométricas da beleza projetando sistemas de medidas para o corpo humano. Os artistas gregos e da Renascença, e os eruditos, ao contrário da idéia de simetria defendida pelos biólogos evolucionistas – uma simetria criada a partir da correspondência exata da forma dos lados opostos de uma linha divisora ou eixo central –, acreditavam que *“a simetria significava a relação e exata correspondência entre as partes, geralmente expressa no todo ou em números racionais”* (Etcoff, 1999: 26). Significava, portanto, “comensurabilidade”. Quando falavam em simetria, se referiam ao corpo como um todo, por exemplo, medido-o por palmos ou em relação ao comprimento do polegar.

“Galeno argumentou que um braço correspondendo a três palmos era mais simétrico, e portanto mais belo, do que um correspondendo a dois e meio ou três palmos e meio.”
(Etcoff, 1999: 26)

Dürer, um pintor renascentista, usou seu próprio dedo como unidade de medida, construindo um sistema proporcional, um cânone para todo o corpo. Seu sistema de medida da beleza ideal fundamentou-se nas proporções de suas mãos, que tinham dedos muito longos.

“Podemos nos perguntar o que teria acontecido à arte ocidental se Dürer tivesse dedos curtos!” (Etcoff, 1999: 26)

Dürer, dando atenção particular as proporções da face humana ideal,...

“...propôs que a face de perfil fosse dividida em quatro partes iguais, enquanto outros propuseram a divisão em três com um espaço igual do contorno do couro cabeludo à sobancelha, da testa ao extremo inferior das narinas e das narinas ao queixo.(...) Outras orientações³ neoclássicas e renascentistas ditaram que os

² SCHWARTZ, Lilia Moritz. **As teorias raciais, uma construção histórica de finais do século XIX. O contexto brasileiro.** In: _____. e QUEIROZ, Renato da Silva (orgs.). **Raça e Diversidade.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996. p. 147-185. (Estação Ciência)

³ De acordo com a autora Etcoff (1999: 26), *“Edward Angle publicou um grupo clássico de índices ortodônticos em 1907, no qual usou seu próprio rosto (europeu) como o ideal. Isso significava que todos os asiáticos e africanos precisavam ter seus dentes corrigidos!”* Ver: ETCOFF, Nancy. **A Lei do mais Belo: a ciência da beleza.** Tradução de Ana Luiza Borges de Barros. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

comprimentos da orelha e o do nariz fossem iguais, que a distância entre os olhos fosse igual à largura do nariz e que a inclinação da ponte do nariz fosse paralela ao eixo da orelha. Essas normas ditaram a representação da beleza na arte ocidental durante séculos, e no século XX são os fundamentos, extremamente influentes, nos quais os cirurgiões plásticos se baseiam para reesculpir e reconstruir rostos.” (Etkoff, 1999: 27)

Ora, depois de mostrarmos tentativas de se inventar a beleza ou, a invenção da beleza, e questionando as explicações evolucionistas para a beleza, que hierarquiza, também, as raças, acreditamos que o corpo humano pertence menos à natureza do que à história. É evidente que não nascemos sabendo antecipadamente o que seria um rosto bonito ou não. Do mesmo jeito podemos pensar o corpo. Portanto, a beleza física é muito menos um dado da natureza do que uma construção cultural. Ela é “iluminada” de determinada forma dependendo da sociedade e da época.

É certo que a beleza feminina e masculina não é fácil de definir e, embora seja difícil defini-la, parecemos reconhecê-la quando a vemos. Geralmente as pessoas tendem a concordar sobre quem é bonito ou não. É aí que o nosso olhar, a nossa percepção visual das imagens dos corpos e dos rostos femininos e masculinos, considerando-as entre bonitas e/ou atraentes ou não, é muito menos livre do que supomos ser. Nosso olhar é constituído por todos os discursos que nos fazem ver a beleza, e vê-la de uma determinada maneira. Assim, ninguém enxerga, na realidade, com os olhos. O olho é onde a imagem se forma, mas a decodificação do que enxergamos, é uma decodificação cultural. Vemos beleza naquilo que acreditamos e/ou aprendemos que é belo. Nesse sentido, a beleza não é reconhecida instantânea e instintivamente: temos de ser treinados desde a infância a fazer aquelas discriminações. Aprendemos a saber o que é o corpo e o rosto belo através do processo de socialização.

Sabendo que mudanças históricas proporcionam concepções de corpo e de beleza diferentes, consideramos imprescindível a compreensão da historicidade do corpo e da beleza e também dos valores a eles atribuídos como meio de refletirmos sobre os modelos ideais de corpos femininos e masculinos.

“Cada sociedade tem seu corpo, assim como ela tem sua língua.” (Certeau apud Sant’Anna, 1995: 12)

O que devemos entender com essa afirmação de Certeau? Do mesmo modo que a língua, o corpo está submetido à gestão social. Nesse caso, o corpo deve ser analisado enquanto objeto histórico, heterogêneo e plural, enquanto uma realidade multifacetada.

Devemos desmistificar o caráter fixo e imutável do corpo. Assim, a cultura fabrica, controla, disciplina os corpos dos homens e das mulheres.

“Memória mutante das leis e dos códigos de cada cultura, registro das soluções e dos limites científicos e tecnológicos de cada época, o corpo não cessa de ser (re)fabricado ao longo do tempo. Seria empobrecedor analisá-lo tomando-o como algo já pronto e constituído.”
(Sant’Anna, 1995: 12)

Na sociedade moderna capitalista, discursos sobre o corpo são propagados pelos meios de comunicação de massa.

“O corpo virou fetiche e, no modelo de sociedade em que vivemos, o fetiche sempre vira mercadoria e é por aí que ele entra no mercado para ser consumido. O “locus” deste discurso sobre o “corpo-saudável e belo” acompanha os interesses de um sistema adoecido.”
(Medina, 1991: 91)

Esse investimento sobre o corpo eleva-o à categoria de produto consumível. Nesse sentido, a sociedade de consumo fez com que as pessoas falassem, preocupassem-se e investissem no próprio corpo.

“Na panóplia do consumo, o mais belo, precioso e resplandecente de todos os objetos – ainda mais carregado de conotações que o automóvel que, no entanto, os resume a todos, é o corpo. A sua “redescoberta”, após uma era milenária de puritanismo, sob o signo da libertação física e sexual, a sua onipresença na publicidade, na moda e na cultura das massas – o culto higiênico, dietético e terapêutico com que se rodeia, a obsessão pela juventude, elegância, virilidade/feminilidade, cuidados, regimes, práticas sacrificiais que com ele se conectam, o mito do prazer que o circunda – tudo hoje testemunha que o corpo se tornou objeto de salvação. Substitui literalmente a alma, nesta função moral e ideológica”. (Baudrillard, 1995: 136)

É nessa sociedade de consumo que surgem os padrões de beleza, com pretensão de serem universais.

“O capitalismo impõe seu próprio modelo de corpo e é essencial para a sua sobrevivência que consiga fazer com que as massas interiorizem-no. Convém atribuir a cada um uma relação com o seu corpo, modelando um certo tipo de produtor-consumidor. Nessa perspectiva, a máquina totalitária experimenta estruturas que melhor se adaptem à situação, isto é, que sejam mais adequadas

para captar os desejos do corpo, colocando-o a serviço da economia de lucro". (Siebert, 1995: 32)

A indústria cultural, através dos meios de comunicação de massa, encarrega-se de produzir desejos e reforçar imagens de "corpos padronizados". Essas imagens físicas estão sempre se modificando, conforme o próprio corpo da mulher ou do homem se transforma com a idade ou devido à doença, à fome ou à fadiga. São também remodeladas pelos caprichos da moda. Atualmente, o que é considerado um corpo bonito numa determinada sociedade, pode não ter sido ontem e pode deixar de sê-lo amanhã. As imagens corporais e a sua beleza não são entidades rígidas. Constroem-se e reconstroem-se continuamente. Por esse motivo a beleza feminina e masculina deve ser contextualizada historicamente, porque ela nem sempre foi pensada, vista, dita, nomeada e significada da mesma forma.

corpo padronizados

Guatarri (1996), discutindo a relação entre subjetividade, desejo e sociedade, diz que cada sociedade produz subjetividades padrões. A sociedade capitalista, por exemplo, não produz apenas valor. Assim, a reprodução e/ou manutenção do sistema capitalista não "exige" apenas a produção de mais-valia mas, principalmente, tal sistema só pode ser reproduzido mediante a criação de sujeitos e/ou subjetividades capitalísticas – subjetividades produzidas para adequar-se à perpetuação da sociedade capitalista. Modelos de subjetividades dominantes que influenciam os sujeitos, no sentido de igualar-lhes as reações e as condutas. As centrais distribuidoras de sentido – meios de comunicação de massa, família, Igreja, etc. – propagam os modelos de subjetividades, estipulando o que é certo e errado, verdadeiro e falso, que tentam massificar. Introjetamos esses sentidos, esses modelos, nas práticas sociais, nas relações sociais. O sujeito, portanto, não é algo dado, individual, mas constituído nas relações sociais, na história. A nossa singularidade é na verdade produto de uma relação com esses modelos propagados socialmente. Do mesmo jeito podemos pensar o corpo do sujeito como algo construído socialmente, massificado.

subjetividades padrões

Ainda Guatarri (1996), diz que "o padrão de corpo é uma referência tornada obrigatória pelo poder para lhe permitir situar, localizar, territorializar e controlar as intensidades do desejo" (1996: 30). Ao padronizar o corpo é negado a singularidade.

"A "subjetividade maquinica"⁴ que serializa os corpos das mulheres (e dos homens também) e coloca-os em

⁴ A subjetividade não é encarada aqui como coisa em si, essência imutável. Sobre subjetividade maquinica ver: GUATTARI, Félix e ROLNIK, Suely. *Micropolítica: cartografias do desejo*. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996. p. 320.

formas únicas, em que não há lugar para todas, é aterrorizante porque sufoca o singular, massacra as formas alternativas de pensar o corpo, a vaidade, a sexualidade.” (Chagas, 1995: 131)

Vê-se que a padronização do corpo que se quer sob medida, o qual homogeneiza, serializa e normaliza, termina sufocando a estética em prol de um conceito de belo estabelecido socialmente. Daí, sobre o corpo feminino e masculino, produzem-se os discursos unificadores não apenas da beleza, mas também da vaidade, das práticas de embelezamento, negando a diferença, a singularidade.

A partir do que foi explicitado, informamos que neste trabalho pretendemos, tomando por base as análises dos discursos das mulheres da zona rural, perscrutar a respeito da beleza corporal e das práticas de embelezamento feminino e masculino.

A escolha da referida temática deu-se a partir de nossas reflexões sobre gênero, do qual achamos relevante não apenas o estudo das noções do que seja masculino e feminino, estas estabelecidas e naturalizadas socialmente, mas, também, como esses modelos terminam estipulando corpos ideais femininos e masculinos bem como às práticas de embelezamento diferenciadas para cada sexo seguir. Constatamos que a construção social do corpo feminino é diferente da construção social do corpo masculino. Essa comprovação será, posteriormente, melhor abordada.

Quanto a escolha do nosso campo de pesquisa – uma área rural, o “Mororó” – trata-se de um espaço conhecido pela pesquisadora, desde o tempo de criança. Nesse sentido, o Mororó faz parte de suas lembranças – odores, gostos, visões, barulhos, brincadeiras, fantasias, medos, alegrias, etc.

E como entendemos o rural? Ora, compreendemos por rural o espaço onde há predomínio do campo, da agricultura, em relação à cidade e à indústria. Essa característica proporcionará o específico da zona rural em detrimento da zona urbana.

Rolnik (1997), entendendo que “a globalização da economia e os avanços da tecnologia, especialmente a mídia eletrônica, aproximam universos de toda espécie, situados em qualquer ponto do planeta, numa variabilidade e numa densificação cada vez maiores” (1997: 19), sustenta que as subjetividades tendem a ser povoadas “por afetos dessa profusão cambiante de universos” (1997: 19).

“Não é tão simples assim: é que a mesma globalização que intensifica as misturas e pulveriza as identidades implica também na produção de kits de perfis-padrão de acordo com cada órbita do mercado, para serem consumidos pelas subjetividades, independentemente de

contexto geográfico, nacional, cultural etc. Identidades locais fixas desaparecem para dar lugar a identidades globalizadas flexíveis, que mudam ao sabor dos movimentos do mercado e com igual velocidade". (Rolnik, 1997: 20)

Partimos, então, do pressuposto de que não apenas identidades padrões ou modelos de como ser, elaborados e difundidos culturalmente, são subjetivados pelos moradores da zona rural – particularmente do Mororó – como também os modelos ideais de corpo e de práticas de embelezamento; estas diferenciadas, também, por gênero. Assim, nos questionamos: como as moradoras do Mororó se apropriam das imagens de homens e de mulheres consideradas esteticamente belas e dos discursos sobre beleza corporal, produzidos e divulgados socialmente? Como se embelezam? Quais são as imposições e/ou delimitações sociais, econômicas, religiosas e morais que atravessam às práticas de embelezamento?

Tal área escolhida para a pesquisa empírica, o Mororó, é distrito da cidade de Barra de Santana/PB, situado no Cariri paraibano, localizando-se à 60km da cidade de Campina Grande.

O Mororó compreende a “Vila Mororó”⁵ – a “rua” (ver fotos 1, 2 e 3), como é denominada pelos habitantes da localidade, onde fica a escola, creche, posto de saúde, pontos comerciais, etc. – e os “Sítios” Capim de Flecha, Olaria, Lagoa dos Cabaços, Mororó de Baixo (ver foto 4), Ilha, Barro Branco e Várzea do Antônio. Cada “Sítio” abrange vários outros sítios familiares.

Sua infra estrutura comporta: três açudes, um poço com dessalinizador, eletrificação, posto de saúde, consultório – particular – odontológico, mercado municipal, creche (Unidade Mista Alice Bezerra), Igreja Católica, Igreja Evangélica, posto de correios (localizado na casa de uma moradora), posto de serviço telefônico, escola pública de 1ª fase (Grupo Escolar José Hermínio Bezerra Cabral), escola de 1º grau, linha de ônibus (Viação Mororó), campo de futebol e ponto de vendas de passagens da “Transportadora Itapemirim”. Água encanada existe em pouquíssimas residências pertencentes às famílias que possuem melhor poder aquisitivo.

⁵ É interessante comentar que a “Vila Mororó” – a “rua” – não é um espaço que poderia ser considerado urbano, pois está situado numa área onde é predominante a existência de “Sítios”. Tal espaço – a “Vila Mororó” – é caracterizado pela concentração dos pontos comerciais, Igrejas, escolas, algumas casas residenciais, etc., distribuídos em pouquíssimas ruas. Observamos que alguns quintais das casas da “Vila Mororó” são transformados em áreas para cultivo de feijão, palma, jerimum, etc.

Segundo resultado do cadastramento dos habitantes realizado no ano de 2000 pelas agentes de saúde da referida localidade, a população do Mororó é formada por 1003 habitantes, sendo distribuída 409 habitantes na “Vila Mororó” e 594 nos referidos “Sítios”.

A população desenvolve atividades como: agricultura de subsistência – desenvolvendo uma cultura relativamente diversificada, produzida em consórcio, com base em culturas como feijão, fava, milho, jerimum, melancia, etc., produzidas no inverno, e palma, no verão – e comércio. Pouquíssimas famílias plantam para posteriormente vender o que foi produzido. Também as constantes épocas de seca impedem que os moradores sobrevivam apenas do plantio de subsistência, por isso a inserção em outras atividades.

Quem possui melhores condições financeiras, segundo uma moradora, edifica casa na “rua” (vendendo ou não o sítio), passando a morar na “rua” e, na maioria das vezes, abrindo um ponto comercial como: bares, borracharias, lanchonetes, *pizzarias*, mercearias, loja de móveis, etc. Mesmo assim, o “normal” era encontrarmos famílias morando na “Vila Mororó” e não se desfazendo do sítio, tendo este para desenvolver atividades de cultivo de subsistência.

Percebemos que muitos dos jovens, principalmente os rapazes, na época de seca ou não, migram para cidades maiores – geralmente para o Rio de Janeiro ou São Paulo – com o intuito de conseguirem emprego e, também, porque desejam conhecer outros “mundos”. Na época de seca, os que estão no Mororó, entram nas frentes de emergência. Constatamos, a partir dos depoimentos das mulheres, que os jovens não desejam trabalhar no campo já que consideram trabalho enfadonho, chato, pesado e “sem futuro” – sem futuro porque não “dá lucro”. Uma senhora comentou que o Mororó está com seus dias contados, “*vai morrer*”, já que os mais novos estão indo embora e os velhos estão morrendo. O dinheiro que circula no comércio é, geralmente, proveniente das aposentadorias e do dinheiro enviado pelos familiares que estão trabalhando nas cidades.

As observações cotidianas no distrito do Mororó e as conversas informais, possibilitaram-nos traçar um perfil sócio-econômico das famílias de tal localidade. Apesar dos períodos de seca e a falta de insumos para o cultivo da roça, percebemos que a maioria das famílias não vivem em situação econômica precária. De uma forma geral, não são pessoas paupérrimas, que passam fome, não têm roupas para vestir ou lugar para morar. É certo que algumas poucas famílias possuem o poder de consumo maior do

que a maioria. Pelo o que constatamos a partir de nossas andanças pelos “Sítios” e a “Vila Mororó”, no máximo, entre 25 à 30 famílias vivem “muito bem” economicamente, em relação a maioria das outras. Mesmo assim, isso não significa que não há famílias em situações econômicas precárias. Suspeitamos que algumas famílias, pouquíssimas, passam fome⁶. Uma depoente comentou que em tal comunidade as pessoas se ajudam e por isso não falta o necessário, como comida, por exemplo, para ninguém. É verdade que nos deparamos várias vezes nesses momentos onde alguém ajudava uma outra pessoa, trazendo um pouco de doce de mamão, uma saca de milho verde, jerimum, um bolo, uma ave, um pedaço de carne bovina, etc. Também muitas das famílias, como já foi comentado, recebem dinheiro dos familiares que estão trabalhando na cidade. Mesmo assim, é impossível generalizar a população do Mororó a partir de suas condições econômicas.

Também não deixamos de perceber que vários moradores cobram dos políticos da região certos direitos, como acesso à saúde gratuita em Campina Grande e transporte para levá-los, por exemplo, à referida cidade. Mas, não deixamos de perceber, também, que eles se sentem na obrigação de votar naqueles que os ajudam.

A respeito da pesquisa de campo que serviu de base a este estudo, foi realizada nos meses de maio à novembro de 2000. Anteriormente, fizemos visitas preliminares à localidade com o propósito de um melhor conhecimento empírico. Verificamos que o levantamento de campo foi indispensável na busca de informações pertinentes ao que se pretendia investigar. Assim, a trajetória dessa pesquisa foi iniciada buscando informações acerca do próprio distrito Mororó e de sua população, as quais foram obtidas por meio de conversas informais e diálogos transcritos.

Vale destacar que os primeiros contatos com os (as) moradores (as) do Mororó foram marcados por uma boa receptividade, por relações de afetividade, não havendo recusa e/ou antipatia frente à pesquisadora.

O fato da pesquisadora ser neta de um falecido antigo morador do Mororó, muito querido e lembrado, proporcionou-nos uma certa facilidade no momento de nos aproximar dos moradores.

Quando retornamos à localidade no mês de maio, o primeiro passo foi reforçarmos o contato com os moradores, familiarizando-nos com os mesmos e a localidade.

⁶ Resumindo, poucas famílias têm condições de consumo extremamente escassas, e, também, pouquíssimas famílias têm uma renda consideravelmente alta em relação a maioria das famílias.

Depois de um mês de contatos, de conversas informais e observações participante e não participante, começamos a realizar as entrevistas de caráter semi-aberto.

Iniciando nossa trajetória de entrevistas, percebemos que algumas mulheres sentiam-se constrangidas, nervosas e tímidas diante do gravador e receosas em relação ao fato de não saber responder as perguntas. Porém, logo que a entrevista era iniciada, era evidente que o desconforto passava quase que instantaneamente. Apenas uma mulher, a que nos hospedou em sua casa durante dois meses, se negou a ser entrevistada, alegando não gostar de ouvir a sua voz no gravador e/ou que não iria saber responder as perguntas. Mesmo assim, a convivência diária com esta mulher, possibilitou certas observações bastante interessantes para o nosso tema de pesquisa.

A maioria das entrevistas – documentadas em fitas cassetes e depois transcritas pela própria pesquisadora – foram realizadas nas casas das mulheres. Afirmamos que os depoimentos foram bastante intensos, agradáveis e, principalmente, muito divertidos. Não vivenciamos nenhuma situação embaraçosa, muito pelo contrário: as mulheres mostraram-se muito à vontade para falarem sobre o assunto beleza e vaidade.

Sabendo que o pesquisador/observador faz parte da realidade social, sendo impossível esta separação, esta distância entre pesquisador e pesquisado que caracterizaria a relação de objetividade e neutralidade científica, nossa pesquisa levou em conta a não neutralidade da pesquisadora. A criação do próprio discurso das entrevistadas tinha uma relação com o lugar social ocupado pela entrevistadora, o de pesquisadora universitária, e, como estávamos abordando ideais de beleza e práticas de embelezamento, com o próprio corpo e/ou aparência da pesquisadora. É na relação entrevistado/entrevistador que os discursos das mulheres do Mororó iam sendo delineados, talvez, algumas vezes, para corresponder as expectativas da pesquisadora. Também, neste trabalho, não priorizamos análises pautadas apenas na generalização e simplificação. As especificidades das depoentes e das situações e/ou discursos assumiram considerável importância nas nossas análises. Nossas conclusões dizem respeito aos casos particulares analisados por nós, porém, podem ser usadas para outros casos, independentemente do grau de semelhança, pois a exposição captura os próprios modelos de beleza e de práticas de embelezamento construídos socialmente.

Geralmente, a maior parte das famílias não são paupérrimas e, também, não possuem altas rendas. Têm renda necessária para comprar alimento, vestuário, etc.

Nesse período de sete meses de observações e entrevistas, fizemos alguns registros fotográficos. Também usamos o diário de campo, anotando o que nos chamava atenção – modos de se vestir, de se pintar, alguns detalhes de conversas entre as moradoras, etc. – e algumas idéias surgidas como: procurar saber onde as mulheres compravam as roupas, a maquiagem, os cosméticos de beleza de uma forma geral; investigar a respeito das práticas de depilação; observar as revistas encontradas nas residências; assistir televisão junto com elas, possibilitando ouvi-las comentado a respeito das mulheres e homens bonitos que aparecem na televisão, por exemplo; acompanhá-las no trabalho da roça, etc.

Não devemos deixar de mencionar que participamos de alguns eventos organizados por algumas famílias ou pela comunidade como: aniversários, rezas de terço, celebração de missa, festas dos santos padroeiros em outras comunidades, jogo de futebol, etc., nos possibilitando observarmos elementos identificadores, importantíssimos à nossa pesquisa.

Achamos relevante informar que entrevistamos 55 mulheres⁷ (ver perfil das entrevistadas no “Anexo 1”): 31 (56,3%) moram na “Vila Mororó” (destas 38,2% têm terras cultivadas pela família⁸ e 18,1% não possuem terras) e 24 (43,7%) moram nos “Sítios”⁹ (ver no “Anexo 2”, gráficos 1 e 2). Os gráficos 3, 4 e 5 – “Anexo 2” – apontam, quantitativamente, o estado civil, a opção religiosa e o grau de escolaridade das mulheres entrevistadas. Entre algumas depoentes colhemos histórias de vida, tentando direcioná-las ao nosso tema. Para selecionarmos as informantes, privilegiamos aspectos que consideramos fundamentais para o desenvolvimento da pesquisa: não percebendo a mulher rural como um público homogêneo, procuramos entrevistar tanto a mãe, a avó, a casada, a solteira, a viúva, a estudante, a dona de casa, a professora, a costureira, a comerciante, a mulher que migrou e voltou para casa, etc., como a chamada trabalhadora rural ou roceira, como algumas delas se autodenominam.

A respeito de nossas mulheres entrevistadas, é relevante informar que a maioria delas desenvolvem duas e até três atividades conjuntamente. Não é raro encontrar uma mulher que trabalha na roça, na casa de uma família – como lavadeira ou empregada doméstica – e em casa, como dona de casa. A grande maioria é responsável pela busca

⁷ Com o intuito de resguardar a identidade das depoentes, usaremos nomes fictícios no lugar de seus verdadeiros nomes.

⁸ Apenas dois casos não têm terras cultivadas pela família, sendo que em um caso a terra é arrendada.

⁹ Destas 24 depoentes, duas moram no sítio apenas nos finais de semana.

da água no poço ou na barragem e dos afazeres domésticos. Algumas têm emprego como professoras primárias, atendentes de creche, agentes de saúde, etc.

Destacamos que entre as nossas depoentes, 17 delas trabalham ou já trabalharam na agricultura (duas na faixa dos vinte e cinco anos, quatro na faixa dos trinta anos, uma na faixa dos quarenta anos, quatro na faixa dos cinquenta anos, duas na faixa dos sessenta anos e duas na faixa dos oitenta anos). Destas, 07 mulheres são agricultoras aposentadas, sendo que duas delas ainda trabalharam na roça juntamente com o marido.

Observamos que poucas mulheres participam do trabalho da roça em tempo integral. A participação delas é, particularmente, importante nas tarefas de colheita e debulha, ou seja, ocasionalmente. O plantio, geralmente, é realizado pelos homens. Das 12 mulheres que trabalham na roça, apenas quatro são também responsáveis pelo plantio. Uma delas cuida do roçado sozinha, plantando, colhendo, etc., já que o seu marido é deficiente físico. Na maioria das vezes elas atuam no trato dos animais, incluindo a coleta de leite e a alimentação dos animais, e na fabricação de queijos. Percebemos, entretanto, que um grande número de mulheres não estão mais optando por trabalhar na roça. As mais jovens não querem saber de trabalho na roça, preferindo concluir o segundo grau e muitas das que entrevistamos, sonham em fazer um curso superior ou migrar para uma cidade com o intuito, principalmente, de conseguir trabalhar em lojas ou para satisfazer o desejo de conhecer e/ou morar num lugar diferente. O argumento usado é que o trabalho na roça é cansativo, desinteressante, sem futuro. Por isso, detectamos um grande número de mulheres trabalhando em outras atividades. A maioria das mulheres, não importando a idade, comentaram que achava o Mororó um lugar “chato” e desagradável para viver. Quanto aos aspectos positivos do Mororó, falaram da paz e tranquilidade, do prazer de viver junto à natureza, etc. Porém, muitas falaram da falta de policiamento, principalmente nos finais de semana, quando é constante as bebedeiras e brigas entre os homens. Várias vezes presenciamos essas brigas, que começavam, geralmente, a partir de discussões sobre futebol, jogo de sinuca, etc.

Em relação as entrevistas, aos discursos das mulheres entrevistadas, nossa proposta de trabalho considera os discursos do ponto de vista foucautiano¹⁰ como *“produtos de relações de poder e saber, os quais são cristalizados, arrumados,*

¹⁰ Sobre discurso ver: FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade II: o uso dos prazeres*. 7 ed., Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1979. (Biblioteca de Filosofia e História das Ciências. Vol. nº 15)

organizados e sistematizados, dependentes de um arquivo discursivo, dos enunciados, temas, conceitos que são produzidos na instituição e na sociedade como um todo” (Castro, 1999: 25). Desse modo, iremos trabalhar com análise de discurso, entendendo-a como:

“... a problematização da atribuição de sentidos ao texto, procurando mostrar a materialidade do sentido com o processo de constituição do sujeito, que instituem o funcionamento do discurso, o qual é inseparável dos dispositivos¹¹ materiais nos quais se produz e das práticas sociais nas quais se falam e se faz falar”. (Castro, 1999: 25)

O objetivo da análise de discurso é compreender como o texto, o que é falado, produz sentidos, sendo ele concebido enquanto objeto linguístico-histórico, já que o sujeito se produz produzindo sentidos; o que os sujeitos falam é espaço significativo. É compreender, como o nosso objeto simbólico, no caso a beleza corporal e a vaidade e/ou práticas de embelezamento, produz sentido e interfere nas práticas cotidianas das mulheres da zona rural.

Percebendo que os ideais de beleza corporal, que o significado da beleza aparecem socialmente como evidência, que são institucionalizados, naturalizados, a nível dos discursos e das práticas, o nosso objetivo é captar, a partir da relação dos sujeitos com esses parâmetros, o repetível, as regularidades, que é histórica – a história entendida aqui não enquanto evolução e cronologia mas como os sentidos são produzidos e circulam – e as desconstruções e reelaborações destes.

Entendendo que o discurso do sujeito é formado a partir de uma multiplicidade de discursos que circulam na sociedade, discursos que ditam maneiras de como ser e agir, iremos fazer uma análise de discurso no sentido de procurar enfatizar como foi possível o discurso das mulheres em relação à beleza. Como os modelos de beleza chegam até as mesmas?

A partir do que foi comentado, no primeiro capítulo verificaremos como as mulheres subjetivam os modelos de beleza corporal feminina e masculina construídos socialmente, legitimando-os, desconstruindo-os ou reelaborando-os. A beleza feminina diferencia-se da beleza masculina em quais aspectos? Também analisaremos o valor

¹¹ Conjunto heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais e filantrópicas. Ver: FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 13. ed. Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

social que as depoentes concedem a beleza. Quais as vantagens e desvantagens de ser belo numa sociedade onde estimula-se tanto o investimento no corpo pautado na busca da encarnação da beleza?

Enquanto unidade de análise, procuraremos analisar os discursos das mulheres entrevistadas, evidenciando a multiplicidade de discursos sobre beleza corporal, que estereotipa corpos de homens e de mulheres, corpos esteticamente belos ou não. Não acreditando na beleza corporal como algo natural, imutável, iremos problematizar essa beleza “dada”, que é posta como inquestionável, verdadeira. Sempre nos perguntamos, será que a beleza corporal é isso mesmo?

Compreendendo que nosso interesse é estudar a questão do corpo, dos efeitos de poder, dos efeitos dos discursos verdadeiros sobre ele, colocamos que o corpo humano não pode ser compreendido isoladamente da sociedade e da natureza, como um corpo abstrato, distante da realidade. O corpo humano não pode ser independente das suas relações com os outros e com mundo. Nesse sentido, no segundo capítulo o nosso interesse é perceber como as mulheres, a partir de uma auto-avaliação física, da relação com os outros e com os modelos de beleza, se vêem esteticamente. Se consideram seus corpos bonitos ou não, a partir de uma relação de legitimação ou não dos ideais de beleza que elas subjetivaram. Também será focado a questão da gravidez, proporcionadora de mudanças corporais. As modificações ocorridas no corpo, possíveis com a gravidez, aproxima ou distancia o corpo feminino do corpo ideal?

As práticas de embelezamento corporal feminino e masculino, assim como os gestos corporais, posturas e posições, são modelados culturalmente. Etkoff (1999), examinando a literatura histórica e antropológica, afirma que, durante a história humana, as pessoas marcaram com cicatrizes, pintaram, perfuraram, colocaram enchimento, enrijeceram, depilaram e poliram seus corpos em nome da beleza. Enfocando a variedade e a criatividade dos adornos humanos, *“das argolas de latão que criam pescoços de girafa aos dentes pintados e placas nos lábios, os tratamentos de beleza que vão da higiene à massagem e cirurgia estética, assim como as formas de inscrições corporais tais como a tatuagem ou as escarificações”* (Etkoff, 1999: 32), sustentamos que não apenas a beleza corporal, assim como as tentativas de embelezamento do corpo, são uma questão de prescrição cultural. Nesse sentido, cada sociedade privilegia maneiras de se comportar, vestir, fazer sexo ou se enfeitar e embelezar o corpo.

Os sujeitos “obedecem” as regras do cuidar do corpo, do vestir, de deixá-lo limpo, a tal ponto de tornarem-se práticas costumeiras – pelo fato de sua repetitividade, de sua justificação social e, muitas vezes, religiosa e moral.

No terceiro capítulo trataremos de investigar, a partir dos discursos e das práticas cotidianas, como as mulheres da zona rural tentam ficar mais bonitas desejando aproximar-se dos ideais de beleza ou não. Que práticas de embelezamento as mesmas dispõem para melhorar as aparências? Como se enfeitam, se arrumam, tentam ficar mais bonitas? Em quais situações sociais o arrumar-se é essencial? Quais os limites “impostos” – economicamente, religiosamente ou moralmente – que interferem no processo de se auto-embelezar? Como as práticas de embelezamento se diferenciam a partir da faixa etária das mulheres, do gênero e/ou historicamente?

Evidenciando que o corpo pouco tem de natural, tanto na sua aparência – gestos, andar, olhar, sexo, etc. – quanto nas suas funções ou nas suas expressões, sustentamos que o corpo feminino e o corpo masculino são construções sociais perpassadas pela diferenciação dos estereótipos de ser homem e de ser mulher. Enquanto criações culturais, o masculino e o feminino, como tal, são comportamentos apreendidos através do processo de socialização, que condiciona diferentemente os sexos para cumprirem funções sociais específicas. Nesse sentido, não podemos falar do corpo feminino deixando de lado a sua relação com o corpo masculino, ou vice-versa, ambos suportando uma carga de signos sociais, entre eles o da feminilidade e o da masculinidade. Assim, não podemos deixar de mencionar que a nossa análise dos discursos passa, também, pela questão de gênero. A questão de gênero deve ser entendida como relações que são permeadas de contradições que se constroem cotidianamente, no trajeto, nas experiências vivenciadas e que demancam universos diferentes e, também, corpos diferentes.

Como já foi dito, o corpo é modelado como projeção do social. Nesse sentido, é necessário, primeiramente, preparar o corpo para o convívio em sociedade. É preciso aprender as regras sociais. Daí, por exemplo, o corpo da criança, a partir de seu nascimento, vai sendo violado por um conjunto de regras sociais que sufoca, domestica, disciplina, “educa”. É assim que culturalmente se faz o nosso corpo.

Costa (1989), por exemplo, demonstra que a disciplina dos corpos, no século XIX, foi regularizada de acordo com uma regra fundamental: a separação por idade e sexo. É assim que a sociedade o modela. Porém, o corpo da criança vai sendo disciplinado diferentemente para corresponder ao seu sexo biológico, começando a

divisão dos papéis sexuais e, conseqüentemente, atribuindo comportamentos “naturais” a cada sexo.

É na existência de duas estruturas anatômicas opostas – o pênis e a vagina – que a distinção entre macho e fêmea é inicialmente criada.

Costa (1995) enfatiza que foi no século XIX, a partir da percepção médico-científica da realidade anatômica da mulher, que iniciou-se a distinção do sexo biológico em macho e fêmea e, conseqüentemente, a distinção do masculino e do feminino. Antes, a diferença entre os sexos era percebida, mas essa distinção não era explicada biologicamente, a partir da diferença das genitálias, e isso, porque acreditava-se na existência de um único sexo. A mulher, nesse sentido, seria o macho invertido, réplica imperfeita do macho, apta à reprodução. A forma masculina era o modelo ideal de perfeição.

Portanto, a partir da construção cultural dos estereótipos de ser homem e de ser mulher, determinados para corresponder a cada sexo biológico, percebemos que, ao nascer, a criança terá um direcionamento em sua educação. Os pais, geralmente, já têm subjetivado o modelo de educação, predominante socialmente, que varia de um gênero para outro.

“O corpo é o primeiro lugar onde a mão do adulto marca a criança, ele é o primeiro espaço onde se impõem os limites sociais e psicológicos que foram dados a sua conduta, ele é o emblema onde a cultura vem inscrever seus signos como também seus brasões”. (Vigarello apud Soares, 1998: 17)

A criança vai aprender a ser homem ou mulher, construindo um corpo masculino ou feminino, segundo seu aprendizado social. Deste modo, a criança constrói um corpo, mas não um corpo assexuado. O processo de construção das subjetividades masculinas ou femininas tem como fundamento a nítida separação de papéis para meninos e meninas, enfatizando as diferenças a partir do próprio corpo.

Há uma diferenciação até pelos tipos de brinquedos e brincadeiras referentes a cada gênero. Assim, as meninas ganham bonecas, maquiagem, bijuterias, utensílios de casa em miniatura para brincar de casinha, de mãe e esposa e, também, de ser bonita. Percebemos que os brinquedos fabricados para as meninas, na maioria das vezes, se apresentam de forma a não estimular muito o acesso destas ao mundo externo. As meninas são incentivadas a agir com delicadeza e “bons modos”, a não se sujar, não suar. Devem ficar em casa, deixando de participar ativamente das brincadeiras

consideradas de meninos. Já os meninos ganham brinquedos como: bola, carrinhos, bolinhas de gude, bicicleta, “skate”, pipa, brinquedos que os levam a brincar da rua. São brinquedos que inspiram nos meninos maior gosto à movimentação, aventura e até a agressividade. Vê-se que os meninos são encorajados à brincadeiras violentas, à bater, caso seja necessário. Eles são estimulados a considerar o próprio corpo como uma máquina, uma ferramenta utilizada para bater no adversário, correspondendo ao modelo de masculinidade dominante: competitiva e agressiva.

Evidenciamos, então, que os hábitos culturais masculinos e femininos – construídos a partir do modo como brincam e são educadas as crianças –, ao longo do tempo e dependendo da sociedade, podem tornar um sexo fisicamente mais hábil do que o outro. Como por exemplo, os meninos são incentivados a usar a força física e a demonstrar violência nas suas brincadeiras como atitudes próprias de “macho”. Também podem fazer com que um sexo estabeleça uma relação de maior cuidado com o próprio corpo do que o outro sexo. As meninas, por exemplo, são incentivadas a um tipo de vaidade diferente dos meninos¹²: uma vaidade pautada na busca da beleza e sedução. Nesse sentido, a criança aprende a andar, a falar, a cuidar-se e a portar-se segundo o seu sexo. Entendendo que a construção social do corpo feminino e do corpo masculino passa pela diferenciação dos padrões de ser homem e de ser mulher, é importante ressaltar como são subjetivados os modelos de gênero. Vemos que a fragilidade, a beleza, a sedução são associadas à mulher e a força, a independência são comportamentos associados aos homens. Assim, subjetivamos modelos de masculinidades e feminilidades, de forma dicotomizada, de acordo com o sexo biológico, que terminam interferindo na constituição do nosso corpo.

As subjetividades são moldadas nas relações de poder¹³. Se a subjetividade é produto de poder, as relações de poder são saber. Nossa singularidade é na verdade produto de uma relação com esses modelos. O sujeito é uma produção social. Antes de

¹² Basta lembrar-mos das revistas ditas femininas, com seus artigos, reportagens sobre embelezamento feminino. Pesquisando em algumas bancas de vendas de revistas, não encontramos uma única revista direcionada ao embelezamento masculino. Ao contrário, as revistas destinadas ao público masculino são, na maioria das vezes, de caráter erótico/pornográfico.

¹³ Nesse sentido, torna-se primordial a concepção de Foucault (1998) acerca do poder. Segundo o referido autor, o poder é relação, existindo na medida em que é exercido. O poder é entendido como constelações dispersas de relações desiguais, constituídas pelos discursos. O poder é privilegiado no seu aspecto “micro”, entendendo-o como uma rede tecida através das relações sociais. Desse modo, não existem de um lado os possuidores de poder e, de outro, os despossuídos de poder. O poder é difuso e se encontra disseminado por todo tecido social. Assim, toda relação de forças é uma relação de poder. Cada força tem o poder de afetar (outras forças) e de ser afetado (por outras forças), de tal forma que cada força implica relações de poder.

você interrogar o sujeito, primeiro você tem que interrogar como ele foi possível. Perguntar como é que ele se constitui, como é que ele foi feito, foi moldado, como aquela subjetividade foi introduzida. Nesse sentido, o sujeito não é ponto de partida, ele é ponto de chegada.

Vemos, claramente, na seguinte passagem de Freyre, qualificativos respectivamente atribuídos ao homem e, principalmente, à mulher. O corpo macio, frágil, mãos delicadas, cintura fina, pés pequenos são símbolos de feminilidade. Corresponde à beleza feminina. A diferença entre os sexos é explicada do ponto de vista da natureza e/ou biológico. Há a exaltação do corpo feminino, especializado para o amor físico, para receber o corpo do macho. O homem, o “sexo dominante”, saboreia o corpo feminino e não ocorre o contrário.

“De seus pezinhos mimosos. De suas mãos delicadas. De sua cintura estreita. De seus seios salientes e redondos. De tudo que exprimisse ou acentuasse sua diferença física do homem; sua especialização em boneca de carne para ser amolegada pelo homem. Pela imaginação do poeta e pelas mãos do macho. O culto pela mulher, que se reflete nessa etiqueta e nessa literatura, e também numa arte igualmente erótica – uma música açucarada, uma pintura romântica, cor-de-rosa, uma escultura sem outra coragem que a do gracioso, a não ser a do nu (...) Esse culto pela mulher, bem apurado, é talvez um culto narcisista do homem patriarcal, do sexo dominante, que se serve do oprimido – dos pés, das mãos, das tranças, do pescoço, das coxas, dos seios, das ancas da mulher, como de alguma coisa de quente e doce que lhe amacie, lhe excite e lhe aumente a voluptuosidade e o gozo. O homem patriarcal se roça pela mulher macia, frágil, fingindo adorá-la, mas na verdade para sentir-se mais sexo forte, mais sexo nobre, mais sexo dominador”. (Freyre apud Almeida, 1996: 90-91)

Verifica-se, nessa passagem de Freyre, que padrões de masculinidade e feminilidade delimitam os corpos de homens e de mulheres. O corpo da mulher deverá ser menor, frágil, delicado, um “objeto” sexual que deve seduzir o homem. Um corpo que corresponda aos ideais de feminilidade, delicadeza, fragilidade, sensualidade, que possa permitir a submissão, o controle, a proteção do homem, do corpo do homem, este adequado para proteger, viril, que deverá ser mais forte, mais alto do que o corpo da mulher.

Finalmente, iremos “passar” pelo “Capítulo I”, saboreando os discursos sobre corpos belos, corpos feios e a importância da beleza. Refletimos: o que é a beleza e

como a reconhecemos? Quais os ideais de beleza feminina e de beleza masculina divulgados pela mídia? Esses modelos de beleza são subjetivados pelas mulheres da zona rural? Como esses padrões estéticos de beleza chegam até as mesmas, são reelaborados e/ou desconstruídos?

Vila Mororó

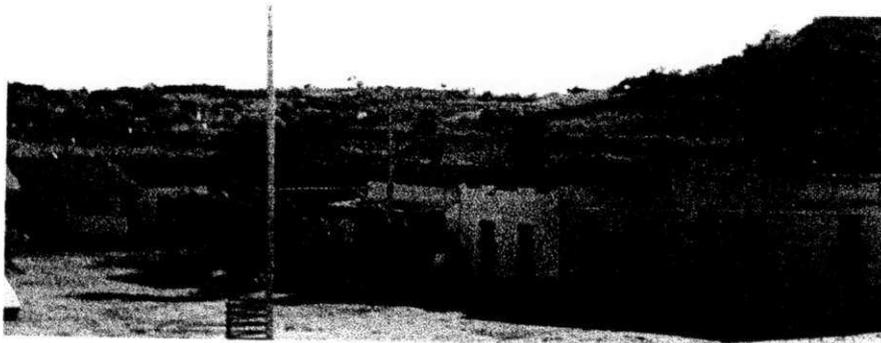


Foto 1



Foto 2

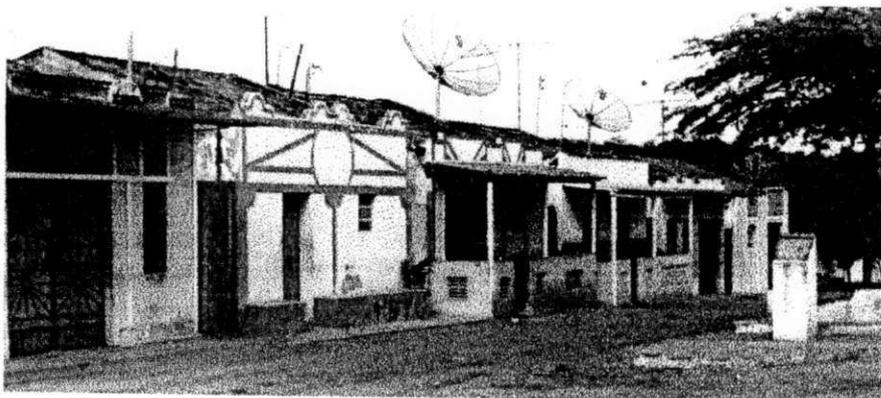


Foto 3

Sítio Mororó de Baixo

Foto 4

Capítulo I

“O domínio, a consciência de seu próprio corpo só puderam ser adquiridos pelo efeito do investimento do corpo pelo poder: a ginástica, os exercícios, o desenvolvimento muscular, a nudez, a exaltação do belo corpo... tudo isto conduz ao desejo de seu próprio corpo através de um trabalho insistente, obstinado, meticuloso, que o poder exerceu sobre o corpo das crianças, dos soldados, sobre o corpo sadio. Mas, a partir do momento em que o poder produziu este efeito, como consequência direta de suas conquistas, emerge inevitavelmente a reivindicação de seu próprio corpo contra o poder, a saúde contra a economia, o prazer contra as normas morais da sexualidade, do casamento, do pudor.”

(FOUCAULT, Michel, 1998: 146)¹⁴

¹⁴ FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 13. ed. Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

Capítulo I

O Corpo Belo: o ideal de beleza feminina e de beleza masculina.

Os meios de comunicação de massa – a mídia – além de difundirem modelos de beleza corporal, também propagam imagens da mulher da zona rural. Nesse sentido, como a mídia representa tal mulher? A mídia, muitas vezes, divulga a imagem da mulher nordestina, principalmente aquela da zona rural, como desprovida de encantos, rude, desengonçada, caipira, alheia à vaidade, à beleza, e ao cuidado de si, “paraíba mulher macho”, masculinizada, agressiva ou ingênua, etc. Como exemplo, na rede de televisão SBT, temos o programa humorístico “Ô...Coitado!” onde a atriz Gorete Milagres interpreta a personagem “Filó”, uma empregada doméstica. A aparência de Filó é quase estarrecedora: dentes estragados, cabelos presos com grampos, saia comprida e colorida, um corpo magro de onde se sobressai uma barriga enorme dando a impressão de que está infestada de vermes ou que tem “barriga d’água”. Seu corpo denota estado de desnutrição. O modo de vestir de Filó é vinculado ao tradicional e artesanal – o artesanal em contraposição ao industrial, que é o moderno, da cidade: mangas compridas, saias longas, rendas, roupa “séria”, estampas floridas. Vê-se essa representação da mulher rural, vinculada à idéia de campo onde a miséria, o atraso social e econômico e a desnutrição reinam.

Na novela de época “O Cravo e a Rosa”, apresentada na Rede Globo, as personagens femininas que vivem num sítio, não costumam tomar banhos diários, andam quase sempre descalças, despenteadas, roupas rasgadas, não usam maquiagem, etc.

Um outro exemplo de representação da mulher rural, é a personagem Candinha, interpretada pela atriz Luciana Coutinho, do “Zorra Total”, programa humorístico apresentado na Rede Globo. Esta, apesar de denotar uma “falsa” inocência e possuir um sotaque, um “jeito” de falar considerado rural, mostra-se sensual, linda, produzida da mesma forma que qualquer outra mulher da zona urbana. Entretanto, manifestamos que esse tipo de representação da mulher rural é menos encontrado na mídia brasileira. A partir desses exemplos, vê-se que a definição divulgada pela mídia do que seja rural e urbano, ou, a representação da mulher rural, é variável.

Na nossa pesquisa, divergindo algumas representações da mulher rural enquanto desatenta à vaidade, à beleza corporal, constatamos, a partir das entrevistas e, principalmente, das observações de campo, que a mulher da zona rural, particularizando a mulher moradora da “Vila Mororó” e dos “Sítios” circunvizinhos, busca e deseja ser e estar bonita, bem como tem opinião própria a respeito do que seja um corpo feminino e masculino esteticamente belo.

Neste capítulo, entretanto, trataremos de evidenciar os momentos em que elas incorporam e/ou reforçam os modelos de beleza e/ou reelabora-os em suas vivências singulares. Nesse sentido, como seria um corpo belo feminino e um corpo belo masculino? E a feiúra? O que seria um corpo, um rosto esteticamente feio? Qual a importância da beleza corporal? Como os modelos de beleza chegam até as moradoras da zona rural?

É verdade que os padrões de beleza são propagados pelos meios de comunicação de massa, como, revistas, jornais, televisão, cinema, etc. Quando ligamos a televisão, folheamos revistas, nos deparamos com rostos “lindos”, corpos “maravilhosos”, tanto de homens quanto de mulheres. Aliás, rostos e corpos quase impossíveis de serem encontrados na rua, no nosso dia a dia. Sentimos quase um encantamento, um deslumbramento, frente a esses “deuses” da beleza.

Em relação a beleza facial, Etcoff (1999) diz que...

“...percebemos o atrativo de cada rosto tão automaticamente quanto registramos se ele nos é familiar ou não. Os detentores de beleza exploram o ambiente como um radar: podemos ver um rosto durante uma fração de segundos e classificar sua beleza.” (Etcoff, 1999: 16)

Parece que ser feliz significa viver dentro de um corpo considerado perfeito, segundo os modelos de beleza que são criados socialmente e divulgados por uma poderosa mídia. Pelo menos a publicidade associa beleza física à felicidade, ao sucesso, etc. A mídia controla e dirige o desejo e reduz a amplitude de nossa faixa preferencial.

“Uma imagem que agrada a um grande grupo se torna um molde, e a beleza é seguida pelo seu imitador, e depois pelo imitador de seu imitador.” (Etcoff, 1999: 12)

Segundo Penna (1989), padrões de beleza de outros povos e/ou culturas ou de outras épocas são quase impossíveis de serem apreciados quando comparados com o nosso padrão brasileiro. E mesmo comparando o nosso padrão de beleza com os padrões

orientais, africanos ou europeus, é difícil integrá-los numa lei geral. Assim, os padrões de beleza não são universais e nem imutáveis.

“A esse respeito, é ainda complexo definir qual seria o padrão brasileiro, já que, parafraseando Mário de Andrade, há muitos brasis”. (Penna: 1989: 33)

Os padrões de beleza ditam rostos e corpos considerados harmoniosos ou, dentro de uma suposta harmonia física. A harmonia física, como foi mostrado na introdução deste texto, é uma invenção que varia de acordo com a época e/ou a sociedade. Nesse sentido, as concepções de corpo ideal mudam historicamente. A desarmonia é exatamente a desordem das formas, que termina afetando negativamente as aparências do corpo. Assim, os estereótipos de beleza são extremamente perigosos porque fazem suposições, criam harmonias físicas e ignoram as diferenças individuais. São poderosos exatamente porque muitas pessoas acreditam que eles sejam verdadeiros.

As observações cotidianas e as entrevistas realizadas nos possibilitou perceber como os modelos corporais de beleza feminina e masculina chegam até as moradoras do Mororó. Acreditamos que, no Mororó (tanto na “Vila Mororó” como nos “Sítios” circunvizinhos pertencentes ao distrito Mororó), a televisão – um veículo de comunicação audiovisual – é o principal veículo comunicativo divulgador dos ideais de beleza. Afirmamos isso porque a maioria indicou nomes de mulheres e de homens que saem na mídia – modelos, atrizes, atores, cantores, cantoras, apresentadores de programas, etc. –, particularmente, na televisão, como sendo os mais bonitos. Pelo menos, a maioria das mulheres entrevistadas, sem distinção de idade, têm a televisão como um dos principais instrumentos de entretenimento, assistindo, principalmente, as novelas e os programas transmitidos nos dias de sábado e domingo.

Hamburger (1998) afirma que as mensagens transmitidas pela televisão são dotadas de alto poder de alcance e/ou reprodução. Os meios de comunicação, de uma maneira geral, impõem padrões de vida, de comportamento, de gênero, de vestuário, de alimentação, de beleza, etc.

Quando se assiste a um filme, um programa de televisão, ou se vê uma novela, não é o roteiro ou o enredo a única coisa a que se assiste ou se vê. Como pano de fundo está todo um conjunto cultural ou, diversidades culturais: tipos de moradia, de decoração, maneiras de comer, de vestir, de se relacionar, tipos de carros, de diversões, etc. Vê-se, também, as (os) modelos, os artistas; um desfile de imagens corporais. Na

televisão o receptor tem a imagem diante de si. Muitas vezes assistimos as imagens daqueles considerados como sendo os mais bonitos e famosos.

As mulheres se deliciam diariamente, principalmente, com as novelas. Essa constatação dá-se pelo fato de que todas as depoentes afirmaram assistir novelas.

“A novela estabelece padrões com os quais os telespectadores não necessariamente concordam mas que servem como referência legítima para que eles se posicionem. A novela dá visibilidade a certos assuntos, comportamentos, produtos (tipos de visuais e/ou modas, modelos de beleza, etc.) e não a outros; ela define uma certa pauta que regula as interseções entre a vida pública e a vida privada”. (Hamburger, 1998: 443)

Revistas de moda, beleza, curiosidades, etc. quase não foram encontradas no Mororó. É importante destacar que não há uma única banca de revistas nessa localidade. Porém, em várias casas encontramos edições de revistas especializadas em comentar os capítulos das novelas e a vida dos artistas, dos (as) modelos, atletas, dos (as) cantores (as), apresentadores de programas, etc. Revistas de preços baixos e, portanto, acessíveis – no máximo chegando a R\$3,00 – como a revista TV Brasil – vista por nós em várias residências – publicada pela editora “Escala”. As revistas encontradas e/ou vistas, segundo as próprias donas, foram e são compradas na cidade de Barra de Santana ou em Campina Grande.

Então, como é uma mulher bonita fisicamente?

1.1- O Ideal de Beleza Feminina: corpos robustos X corpos magérrimos e longilíneos X curvas corporais “concupiscentes”.

Segundo a autora Wolf (1992), desde 1920 todas as gerações de mulheres tiveram de encarar sua versão do ideal de beleza.

A invenção de novas tecnologias de produção de massa possibilitou a reprodução de imagens “ideais” do corpo feminino. As primeiras fotografias do nu feminino foram tiradas em 1840. Na metade deste mesmo século, anúncios com belas mulheres apareceram pela primeira vez, o “belo” – mostrado em cartões postais, obras de arte, etc. – invadiu a esfera doméstica do qual a mulher estava inserida¹⁵.

¹⁵ Ver: WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres.** Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro, Rocco, 1992.

As representações do nu feminino até 1920, tinha como natural a exuberância do corpo da mulher, como parte de sua beleza. Em torno de 1920, o ideal de corpo feminino cheio de curvas começa a ser substituído, gradativamente, pelo do corpo magro. Nesse contexto, os primeiros títulos de *Miss América* são concedidos e a profissão de manequim desenvolve-se.

A autora Wolf (1992) afirma que, a medida que as mulheres começaram a entrar maciçamente no espaço considerado masculino, por exigência do próprio crescimento econômico, que necessitava da força de trabalho feminina e não de mulheres presas apenas à função de mãe e dona de casa, os estereótipos de beleza, pautados num corpo mais magro, em relação aos modelos anteriores, se fortaleceram. Em 1965 aparece a pílula anticoncepcional e exatamente neste mesmo ano a revista *Vogue* lança a modelo *Twiggy* como símbolo de beleza feminina. A magreza de *Twiggy*, que hoje é comum, na época indignou a sociedade. Diante das imagens das novas modelos de beleza desta época, magras e flexíveis, as modelos do passado ganham uma fisionomia rígida e pesada.

Wolf (1992) salienta que na década de 70 o peso da *Miss América* caiu acentuadamente e o peso médio das garotas *Playboy* desceu de 11% abaixo da média americana em 1970 para 17% dela em oito anos. Ela diz que as modelos americanas atuais são mais magras do que 95% da população americana.

Etcoff (1999) diz que a manifestação mais extrema da magreza veio do mundo da alta moda; de fato, vazou aos poucos desse mundo para a massa ao longo do século XX. Duas garotas britânicas, *Twiggy* – a mesma referida pela autora Wolf (1992) – na década de 1960 e *Kate Moss* na década de 1990, uma medindo 1,67m e a outra 1,69m, as duas deslizando sob 45kg, se tornaram as crianças-modelos do ideal magro. Essas imagens influenciaram as representações da beleza pela mídia. São altas, corpos simétricos, *Kate Moss* possui seios grandes (um reflexo da moda atual dos seios grandes) – o que deveria ser impossível com esse peso, por isso os implantes de silicone – e quadris curvilíneos. Tal autora diz que atualmente a magreza extrema é símbolo de status social, é uma moda estabelecida pelas classes mais altas. Nesse sentido, o nosso corpo reflete as forças culturais que nos impelem a reproduzir, e não há lugar melhor para exibi-las do que na moda. Porém, pouquíssimas mulheres têm condições financeiras o suficiente para enquadrar o corpo na moda magérrima.

Para Baudrillard (1995), por exemplo, a gordura e a obesidade também foram belas noutros lugares e noutros tempos.

“Só pode ser magra e esbelta, em conformidade com a atual definição da lógica combinatória de signos. (...) Será de preferência magra e descarnada no perfil dos modelos e dos manequins, que se revelam ao mesmo tempo como a negação da carne e a exaltação da moda”.
(Baudrillard, 1995: 150)

Fischler (1995) diz que, no século XIX, nos países ocidentais desenvolvidos, os gordos eram amados; hoje, nos mesmos países, amam-se os magros.

“(...) No tempo em que os ricos eram gordos, uma rotundidade razoável era muito bem vista. Ela era associada à saúde, à prosperidade, à respeitabilidade plausível, mas também ao capricho satisfeito. Dizia-se que um homem gordinho ele era “bem feito”, enquanto que a magreza não sugeria mais do que a doença (o definhamento), a maldade ou a ambição desenfreada.”
(Fischler, 1995: 78)

Atualmente, a percepção social da boa corpulência mudou. Percebemos que as sociedades modernas não amam nem a gordura nem as pessoas muito gordas. Nosso modelo dominante afastou-se daquele que reinava no século XIX. Porém, é certo que, no referido século, nossos ancestrais faziam a distinção entre a robustez e a obesidade. Mas, segundo Fischler (1995), é preciso...

“...distinguir entre as categorias propriamente ditas - magro, gordo, obeso, etc. - e os limites, ou seja, a medida, que uma dada cultura determina para eles. Os critérios, as medidas, os limiares variam fortemente. As categorias parecem relativamente mais estáveis do que o conteúdo que se lhes atribui. Era preciso sem dúvida, no passado, ser mais gordo do que hoje para ser julgado obeso e ser bem menos magro para ser considerado magro”.
(Fischler, 1995: 79)

Quanto as bonecas de menina, por exemplo, existem bonecas gordinhas no mercado?¹⁶ Só se for imitação de uma criança ou, se for imitação de uma mulher grávida. Percebemos, claramente, que as bonecas, quando são imitação de mocinhas e/ou de mulheres, possuem corpos magros.

¹⁶ A única boneca que temos conhecimento que é “gordinha” e a boneca inglesa “Ruby”. Esta aparece nos pôsteres das lojas ao lado da mensagem “há no mundo três bilhões de mulheres. Só oito são top models.”

No caso do Brasil, quando ligamos a televisão, nos deparamos, quase sempre, com modelos ou ex-modelos apresentando programas: Adriane Galisteu, apresentadora do programa “É Show” na Rede Record; Luciana Gimenez no “Super Pop”, na Rede TV; Sabrina Parlatore, apresentadora do programa “Território Livre” na Rede Bandeirantes, etc. Vemos belas e esculturais dançarinas nos programas apresentados pelo Faustão, Gugú Liberato, Luciano Huck, etc. Aliás, nesses programas as mulheres são o cenário, o enfeite, as gloriosas bonecas. Vemos também a “cheinha” Sílvia Poppovic, apresentando seu programa na Rede Bandeirante, Marília Gabriela, apresentadora de um programa de entrevistas na Rede TV, etc. Enfim, observamos um desfile de mulheres de todas as idades, alturas, cores, estilos, corpos magros, corpos gordos, com muito seios, sem seios, com nádegas grandes, sem nádegas, olhos claros, olhos escuros, cabelos compridos ou curtos, lisos ou cacheados, lábios finos, lábios carnudos, etc., etc.

Na revista brasileira “Corpo a Corpo”¹⁷ – edição 112, abril de 1998 – uma matéria – Magreza demais já era! – elaborada pela jornalista Mariana Viktor, argumenta que o novo padrão de beleza começa a privilegiar corpos saudáveis, femininos e com todas as curvas em seus devidos lugares. *“A ditadura dos “ossinhos de fora” está chegando ao fim. O padrão anoréxico apenas serviu para provocar o impacto do inusitado mercado da moda. Os estilistas precisavam chamar atenção e mostrar algo diferente. A idéia não era estabelecer um modelo a ser seguido, e sim vender o visual anoréxico como algo exótico, fora dos padrões comuns. Mas, como as modelos representam um ícone de beleza, o diferente acabou virando padrão.(...) As mulheres já tem permissão oficial do mundo fashion para ostentar um corpo mais saudável, diferente daquele que era praticamente a cara da fome e por alguns anos impôs como padrão internacional. O que se vê hoje são mulheres magras mas com formas definidas. Tem que ter seios, coxas, bumbum e cara de menina.”*

Visitando um site¹⁸ nos deparamos com vinte fotos – no *spot* – das melhores campanhas publicitárias de 2000 – da *Dior*, *Calvin Klein*, *Donna Karan*, etc. – no qual imagens das mulheres consideradas as mais bonitas e sensuais do mundo fazem parte dessas campanhas. Ora, todas magérrimas, esqueléticas, algumas com seios enormes, apesar do corpo magro. A ditadura da beleza anoréxica, pelo menos no mundo *fashion*,

¹⁷ Site: <<http://www2.uol.com.br/simbolo/corpoacorporo/0498/magra.htm>>, acessado em 07 de jan. de 2001.

¹⁸ Site: <<http://www.morango.com.br>>, acessado em 07 de jan. de 2001.

ainda sobrevive. Porém, também nesse site, tinha uma enquete para saber onde as mulheres precisavam dar um “*upgrade*” – colocar silicone. Segundo resultados da enquete, 36,0% falaram que as mulheres deveriam pôr silicone nas nádegas, 35,0% nos seios, 17,0% nas coxas e 10,0% nos lábios. É evidente que não podemos concluir, a partir dessa enquete, qual o padrão de corpo feminino no Brasil, ainda mais que, acreditamos, uma minoria acessa *internet* no citado país.

Para saber qual o ideal de beleza feminina brasileiro, fizemos uma pesquisa em várias revistas de moda e beleza feminina– Boa Forma, Claudia, *Elle*, Nova, Nova Beleza, Corpo a Corpo, *Marie Claire*, etc. – e em três revistas direcionadas ao público masculino – *Playboy*, *Vip* e a *Sexy* (ver no “Anexo 3”, capas de algumas dessas revistas). Porém, nos concentramos nas edições de duas revistas: uma direcionada ao público feminino – a revista “Corpo a Corpo” – e outra ao público masculino – a revista *Playboy*. Por que decidimos “procurar” o ideal de beleza feminina brasileiro nas revistas? Em primeiro lugar, pela dificuldade de encontrarmos reportagens, artigos, textos em geral, falando de padrão de beleza brasileiro; em segundo lugar, porque acreditamos que as revistas mostram os corpos que são considerados os mais belos pela mídia brasileira e internacional. Assim, visitamos o *site* da *Playboy*¹⁹– observando as estrelas da capa, as *playmates* e as coelhinhas, estas mostradas no interior das revistas –, analisando todas as edições de 1999 e 2000. As mulheres das capas da revista *Playboy* brasileira são, geralmente, consideradas as mais bonitas e sensuais do Brasil. São as mulheres que mais aparecem na televisão brasileira: atrizes, modelos, dançarinas, atletas, apresentadoras de televisão, cantoras. Essa observação deixa de ser regra apenas no caso de Andréa Baptista, que foi convidada para posar nua na *Playboy* depois que participou de um programa da “Rede Globo”, “No Limite”. Mesmo assim, Andréa tem seios de silicone, nádegas arrebitadas e grandes, pernas grossas, etc. Percebemos que nas vinte e quatro edições observadas nenhuma mulher da capa é negra ou possui traços orientais: são loiras – mesmo que os cabelos sejam artificialmente loiros – e mulheres brancas com cabelos escuros. Todas as mulheres da capa possuem um corpo arredondado – menos a atriz Débora Secco, que é magérrima –, com nádegas volumosas e, a maioria, seios também volumosos. Entre as 76 coelhinhas da *Playboy* e as 16 *playmates* mostradas no interior das revistas *playboy*, todas observadas nas edições de 1999 e 2000, há poucas mulheres negras e muito menos ainda, mulheres com traços

¹⁹ Site: <<http://www.playboy.com.br>>, acessado nos dias 07 e 14 de jan. de 2001.

orientais ou indígenas: vimos 35 mulheres loiras, 43 mulheres brancas com cabelos escuros, 03 mulheres ruivas, 08 mulheres negras, 02 mulheres com traços fisionômicos orientais e 01 mulher com traços fisionômicos indígenas.

No *site* da revista “Corpo a Corpo”²⁰, vimos as capas das edições dos anos de 1997, 1998, 1999 e 2000. Tais capas são ilustradas com fotos das mulheres mais visadas e consideradas as mais bonitas pela mídia brasileira como algumas cantoras – Emanuelle Araújo, da banda “Eva”, etc. –, apresentadoras de programas, modelos, atrizes – Angélica, Eliana, Carla Perez (ex-dançarina do grupo “É o Tchan”), Adriane Galisteu, Babi, Luciana Ginenez, Susana Werner (também cantora), Maria Fernanda Cândido (considerada a mulher mais bonita do século passado), Viviane Pasmarter, Adriana Esteves, Carolina Ferraz, Luana Piovani, Gabriela Alves, Débora Secco, Nívea Stelmann, Carolina Kastino, Isadora Ribeiro, Cristiane Oliveira, Cláudia Raia, etc. – e dançarinas – Scheila Carvalho, Joana Prado (a “Feiticeira”), etc. Das quarenta e oito edições das revistas “Corpo a Corpo” observadas por nós, a mulher negra não fez parte sequer de uma única capa de uma edição.

Numa enquete realizada pela referida revista no início de 1998, as dez mulheres consideradas as mais bonitas do Brasil no ano de 1997, foram: a atriz Letícia Spiller, a “Globeleza” Valéria Valenssa, a atriz e modelo Ana Paulo Arósio, a apresentadora e modelo Adriane Galisteu, a atriz e modelo Cristiane Oliveira, a modelo Luíza Brunet, a modelo Suzana Werner, a atriz e modelo Luana Piovani, a atriz Luíza Tomé e a atriz e dançarina Cláudia Raia. Todas jovens, de corpo tipo “violão”, cintura fina, etc. Apenas uma negra – Valéria Valenssa – foi considerada como sendo uma das mais bonitas. Percebe-se que as capas das revistas brasileiras são de mulheres brancas. Isso é claro para mostrar o preconceito de cor existente no Brasil. A mulher negra aparece “aqui e acolá”, seja numa matéria de moda, numa matéria dedicada ao embelezamento do cabelo ou da pele negra, etc.

“O conceito de “rosto bonito” é dado pela visão europeia de beleza que se tem aqui. (...) A verdade é que poucas TVs no mundo se utilizam tão fortemente de modelos loiras como no Brasil.” (Santos, 2000: 53)

A partir de nossas observações, percebemos que a mídia brasileira apresenta dois tipos ideais de beleza feminina: uma é o corpo da *top model*, magérrimo, a mulher que trabalha no lado *fashion*, modelos de estrutura física fina, esbelta. Apesar do corpo

²⁰ Site: <<http://www.corpoacorpo.com.br>>, acessado em 07 de jan. de 2001.

longilíneo, alto, não menos do que 1,75 cm de altura, atualmente são permitidos à essas modelos seios volumosos. A própria moda exige seios volumosos. O corpo *top model*, na passarela, é quase como um “cabide” que serve, perfeitamente, para carregar as roupas desenhadas por um estilista de moda qualquer. Segundo os estilistas e donos de agências de modelo, o corpo que combina com a moda é o corpo magro, supondo que a roupa “cai”, veste melhor nesse tipo de corpo. Também para fotografar acredita-se que o corpo magro é “perfeito”.

Um outro tipo de beleza divulgado – que consideramos predominante no Brasil – é o corpo “gostoso”, da mulher “gostosa”, que pode ser alta ou tipo *mignon*. Mulher com as formas mais arredondadas, cintura fina, nádegas grandes e arrebitadas, quadril largo, coxas e pernas grossas.

“Cada raça possui seu próprio conceito de beleza, o qual sofre mutações de tempos em tempos. Atualmente, no Brasil, impera um modelo em que o belo – feminino – está nas figuras esbeltas, sem barriga, com nádegas arredondadas, boca e seios grandes. É uma mistura de raças na qual parte do corpo lembra os negros (nádegas) e as norte americanas (magras com seios grandes).”
(Pontes, 2000: 25)

Diz-se que esse é o ideal de mulher brasileira ou, de beleza feminina preferido pelos homens brasileiros. São discursos que tentam unificar até os gostos pessoais.

Quanto aos seios femininos são completamente diferentes de todos os outros. As mulheres são os únicos mamíferos que desenvolvem seios redondos na puberdade e os conservam, estejam ou não produzindo leite. Atualmente, a mídia mostra os seios grandes e empinados como sendo mais atraentes. Etkoff (1999) diz que existem culturas em que os seios não são considerados sensuais, por isso não há uma preocupação com a estética dos mesmos. A autora Wolf (1992), por exemplo, diz que o povo *maori* admira vulvas gordas e o povo *padung* seios caídos, como símbolo de beleza e sensualidade.

A moda brasileira descobriu os seios como a nova região a ter uma dimensão certa, depois de tanto tempo tendo apenas o bumbum como fetiche.²¹ Esse tamanho ideal de seios irá depender da estrutura e altura física da mulher, mas, geralmente, os implantes de silicone aumenta duas ou três vezes o número do sutiã usado pela mesma.

²¹ A repórter Marcela Esteves diz que no ano 2000, no Brasil, os seios se transformaram em fetiche. Estão, atualmente, sendo exibidos à exaustão nos desfiles de moda e capas de revistas. Ver site: <<http://www.cidadeinternet.com.br/br/portales/erotica/nota/0,1216,2007.html>>

De acordo com Etoff (1999), antes, os implantes de seios de silicone eram território das estrelas de filmes pornô. Agora, pouco à pouco, torna-se a norma para artistas de cinema e/ou televisão e modelos e/ou manequins, e não mais uma raridade, por exemplo, para as donas de casa e adolescentes.

Percebemos que em muitos casos a beleza da mulher é mais importante do que a do homem. Dando exemplo dos noticiários televisivos do Brasil, os apresentadores do sexo masculino muitas vezes possuem rugas, cabelos grisalhos, calvície, pele irregular, papadas, etc. Já as mulheres do telejornalismo, geralmente, precisam de juventude e beleza. Se a mesma exigência de aparência fosse para os homens, com certeza muitos deles ficariam sem o emprego.

A partir do que foi explicitado, observamos que, certas dimensões físicas – altura, peso, busto, nádegas, cintura, quadris – são os que conferem ao corpo feminino o seu grau de beleza, porque se referem às áreas visadas pelo modelo cultural, que varia de acordo com a sociedade ou a época. De acordo com Pitta (1996), as variações culturais são evidentes não só em relação as imagens de corpos e rostos considerados belos, mas, também, em relação aos significados de cada parte do corpo.

“Cada parte é valorizada positiva e negativamente, mais ou menos (des)valorizada, sempre segundo essa dinâmica subjacente à cultura.” (Pitta, 1996: 110)

Quanto aos rostos femininos, observamos que há uma multiplicidade de faces bonitas em relação ao padrão de corpo ideal que, consideramos, é mais rígido. Mesmo assim, o nariz mais fino e arrebitado (lembramos das plásticas realizadas no nariz na atriz Cláudia Raia (ver fig. 10) e da apresentadora de programa Carla Perez (ver fig. 04), arrebitando-os e/ou afinando-os) impera nos rostos considerados mais belos mostrados pela mídia. Etoff (1999), falando dos narizes preferidos para as faces femininas, diz que na década de 50 os narizes mais bonitos eram aqueles arrebitados e estreitos. Por volta de 1990, o nariz com uma ponte mais larga e uma ponta mais redonda eram os preferidos.

Os lábios grossos, carnudos, são símbolos de sensualidade feminina. Pelo menos as *Top Models* atuais apresentam lábios carnudos. Segundo Etoff (1999), lábios carnudos, sempre preferidos, se tornam cada vez, na atualidade, mais carnudos. Até a pálpebra, continua Etoff (1999), de extremamente grandes nos anos 50 a cada vez menores nos anos 70 e 90. De acordo com a referida autora, todas essas mudanças de

ideais de rostos femininos mapeou a evolução das mudanças na cirurgia plástica na América.

1.1.1- A Fala das Mulheres da Zona Rural: reforça ou reelabora o ideal de beleza corporal feminina?

No item anterior, mostramos quais os modelos de beleza que aparecem regularmente nos meios de comunicação de massa. Sabemos que esses modelos terminam criando exclusões de tipos de corpos femininos. Como por exemplo, a mulher gorda jamais poderá ser considerada esteticamente bonita se associarmos beleza corporal apenas à magreza. Também não podemos deixar de mencionar que a mulher “robusta” já foi bela em outras épocas, na Renascença, por exemplo, quando o corpo feminino “gordo”, representava saúde reprodutiva, feminilidade e beleza.

Sabemos que tanto os homens quanto as mulheres, a partir de sua relação com os outros e/ou com os discursos que circulam na sociedade, se apropriam dos saberes e/ou dos modelos produzidos socialmente, introjetando significações e/ou reelaborando-as em suas vivências singulares. Nos processos de singularização, determinados sujeitos resistem à incorporação dos modelos, inclusive dos padrões de beleza dominantes e/ou atuais. Nesse item, então, nosso interesse é, a partir dos padrões de beleza feminina colocados pelas mulheres da zona rural, mapear as regularidades, descontinuidades e/ou reelaborações dos ideais de beleza feminina impostos pela mídia.

Primeiramente, nos questionamos: quais as concepções de beleza construídas pelas mulheres da zona rural? Quando perguntamos as depoentes o que era beleza e/ou o que significava beleza para as mesmas, a maioria, principalmente as mulheres de mais de trinta anos, descrevia a beleza não corporal. Era mais fácil falar o que seria “beleza interior”²² do que beleza física.

A insistência das mulheres em falar da “beleza interior” nos motivou a modificar e aumentar o número de perguntas do roteiro de entrevista, já que o nosso interesse era investigar o impacto dos padrões corporais de beleza divulgados socialmente na construção de seus próprios ideais.

²² Diz-se das virtudes de uma pessoa, segundo as depoentes.

Com o intuito de sabermos a relevância dada pelas depoentes do Mororó aos modelos de beleza divulgados pela mídia, perguntamos as mesmas qual mulher consideravam ser a mais bonita ou pelo menos mais próxima do que seja uma mulher bonita, segundo os critérios de avaliação delas mesmas. Percebemos que elas, com exceção de duas depoentes, não conhecem pessoalmente uma única mulher que elas consideram esteticamente bonita. Os seus modelos de beleza estão nas novelas, na televisão. São as atrizes, cantoras, apresentadoras de televisão, etc.

Não sabemos se é coincidência ou não, pelo fato de que estava fazendo parte de uma novela da Rede Globo – na época que realizamos as nossas entrevistas –, “Laços de Família”, por sinal, muito assistida pelas mulheres do Mororó, Vera Fischer (ver fig. 01) foi eleita, quase que por unanimidade, 72,7%, como o ideal de mulher bonita.

“Olhe, de mulhé, de exterior eu diria a Vera Fischer. Acho que a mulhé pra ser bunita num precisa ser nova não, entende? Ela é linda”. (Úrsula – 36 anos, casada)

“É, Vera Fischer, eu acho muito bunita. Eu acho ela linda. Linda mermo. Eu acho ela assim, perfeita. Eu olho pra ela assim, acho ela linda. Bom, num sei se eu tô enganada, mai eu acho ela muito bunita, apesar de já ser mei velha. O jeito dela, os olho azul, o rosto, o olhar, tipo, tipão, tem cintura, é bem feita de quadril, de peito, eu acho ela toda bunita”. (Bia – 51 anos, desquitada)

A mídia não divulga a imagem de uma mulher de meia idade como símbolo de beleza e sensualidade. As mulheres de quarenta, cinquenta, sessenta anos, etc., que aparecem como sendo mulheres bonitas e/ou sensuais possuem uma imagem e um tipo de comportamento mais próximo do que entendemos por juventude do que velhice. São mulheres bonitas porque estão “conservadas” e, portanto, não parecem ter a idade cronológica que elas possuem. Por exemplo, as mulheres das capas de revistas possuem uma tez lisa, sem rugas, “macia”. A indústria cosmética oferece uma infinidade de produtos, prometendo adiar o envelhecimento, recuperar a pele e reestruturar as células. Vê-se que os ideais de beleza cultuam à juventude em detrimento da velhice. As mulheres consideradas as mais bonitas possuem faces jovens, denotando pouca idade cronológica. Também possuem corpos de acordo com os parâmetros de beleza corporal. Vera Fischer, por exemplo, possui o corpo tipo “violão”, cintura fina; o rosto modelo europeu – cabelos loiros, olhos azuis – o que aproxima-a mais ainda dos estereótipos de beleza feminina.

Nas nossas entrevistas, encontramos depoimentos onde há a associação da beleza feminina à juventude e outros que sustentam a beleza ligada ao fato da pessoa ser “naturalmente” e/ou “biologicamente” bela.

“A mulhé mai jove já é uma idade, a mai velha já é uma aparência diferente, né? Mai a pessoa mai jove é mai bunita, muito mai”. (Rosa – 35 anos, casada)

“Eu acho que a medida que ela vai envelhecendo, ela perde um pouco o encanto, assim, ela tem como se cuidá também pra não perdê o encanto, num é? Ela não é como um jovem que já é bunito por natureza mermo”. (Ilza – 19 anos, solteira)

“Não de jeito nenhum a beleza depende da idade, praque tem gente, assim, muito novo que é mai fei do que os vei. Praqe eu conheço gente velho que é bunito e tem gente que logo quando nasce já é fei”. (Carmem – 14 anos, solteira)

Verifica-se a introjeção da beleza aliada à juventude, ou seja, a subjetivação do ideal de beleza jovem e a subjetivação da beleza e da feiúra enquanto algo natural, biológico, não percebendo que o belo e o feio são criações sociais.

Percebemos que o corpo ideal, segundo as entrevistadas do Mororó, é o corpo que elas denomina de “normal”; nem gordo e nem magro. A magreza exagerada é algo que “estraga” e/ou “enfeia” o corpo da mulher. Quantificando as opiniões, viu-se que 83,6% consideram o corpo “nem gordo nem magro” como sendo o ideal; apenas 5,5% acham que o corpo deve ser magro e 10,9% não opinaram.

“O corpo nem que seja muito gorda e nem muito magrinha demais. Uma perninha grossa é bunito, cintura fina é muito linda. Que os seios num seja muito grande, eu acho lindo. Eu não acho bunito os seio muito grande demai não.” (Lili – 46 anos, casada)

“Ave Maria, aquela magreza toda das mulhé que disfila, que a gente vê na televisão. Elas, as veze, é muito linda de rosto mai de corpo é magricela demais.” (Sabrina – 20 anos, solteira)

Nota-se que as mulheres consideradas “gostosonas” foram indicadas como sendo bonitas. A descrição física da mulher considerada bonita reflete os ideais de beleza aceitos pelas depoentes ou não. Assim, cintura fina, nádegas grandes, pernas grossas,

são atributos físicos que “tornam” às mulheres bonitas. A *top model* Gisele Bündchen²³ (ver fig. 02), considerada, no ano de 2000, a mulher mais bonita do mundo, e a modelo mais famosa da atualidade, foi considerada “feia” por ter um corpo “magrelo” demais.

“Sheila (ver fig. 03), a morena, da banda, daquele grupo da Bahia, “É o Tcham”. Eu acho ela muito bunita. Eu acho bunito nela o corpo dela. (...) Ela tem o corpo bem feito, a cintura fina, tem o bumbum grande, as perna grossa, é isso que eu acho bunito nela”. (Afrodite – 24 anos, solteira)

“Carla Perez (ver fig. 04), eu acho ela linda. Tem aquela Gisele Bich..., num sei o que lá. Aquela que sai direto na televisão, desfilando. Ela é mei horrive também. Ela passa direto, tava passâno direto na televisão. Os povo tem a maió bestera com ela. Acho ela feia. Essas mulhé que desfila, como é memo, modelo né, da moda, parece uns palitim. Não tem bumbum, as perna são fina...”. (Lilith – 14 anos, solteira)

Essa mulher “gostosona” aponta para o ideal de corpo feminino subjetivado: o corpo em forma de “violão”, em que a gordura se acumula nos quadris e a cintura é fina.

Entre as 55 entrevistadas, 92,7% das depoentes falaram que um corpo feminino ideal teria que ter cintura fina, 74,5% quadril largo. A cintura fina é predominantemente indispensável num corpo feminino ideal, isso, segundo várias gerações de mulheres. Quanto às pernas, 89,1% consideram as pernas grossas ideais, 1,8% as pernas finas e 9,1% não opinaram. Constatou-se que, nos seguintes depoimentos, independentemente da diferença de idade entre as duas entrevistadas, a forma feminina ideal é o tipo “violão”. A celulite, que fazia parte da beleza das mulheres nos quadros renascentistas, é percebida como algo que enfeia o corpo das mulheres.

“Um corpo bem feito que, quero dizê, é tipo violão, uma mulé bem feita mermo, que eu acho assim, sem barriga, sem celulite, perna grossa, cintura fina, aí eu acho uma mulé bunita, mulé bem feita”. (Bia – 51 anos, divorciada)

“E, a mulé bunita exteriormente é a mulé ser bem feita de corpo. O corpo, eu acho que é assim, cintura fina, pernas grossas, bumbum grande né, seios não muito grande nem tão piqueno demai, ser alta, a altura 1,65 cm, morena

²³ Nascida em 20-07-1980, Rio Grande do Sul, com 1,80 m, manequim 38, 85cm de busto, 59cm de cintura, 88cm de quadril e 51,5kg foi eleita pela revista americana “*Rolling Stone*” como a mulher mais bonita do mundo. Seus grandes seios puseram fim ao reinado de modelos esqueléticas. Ver: jornal “*O Estado de São Paulo*”, 30 de agosto de 2000.

clara. Morena clara é uma cor bunita, só". (Afrodite – 24 anos, solteira)

"Uma mulé bunita? É, acho que pas perna né, o corpo, perna grossa, aprumadinha, a cintura bem feita né, de corpo, o bumbum, também bunito, grane, muito grane demai não, mai também piquininim também é fei né, porque é pa combiná né, com a barriga. Os seio deve ser piquininim.(...)" (Rute – 27 anos, casada)

Apesar de vermos na mídia mulheres possuindo corpos musculosos, adquiridos a partir da prática da musculação ou do fisiculturismo, o corpo musculoso de uma mulher é considerado feio por uma depoente, já que poderá deixar a mulher menos feminina, masculinizada. O corpo feminino deve corresponder ao "jeito" feminino: o andar feminino, o sentar feminino, a voz delicada feminina. Esse "jeito" de homem e "jeito" de mulher são delimitados pelos papéis de gênero. A mulher deve ser mais delicada, sensível, frágil e o homem rude, forte. O corpo, a aparência de cada sexo, deve adequar-se ao comportamento delimitado para cada gênero se apropriar.

"Uma mulé bunita? Pronto, uma mulé bunita tem que ter um corpo bunito, que seja bunito, feminino, os seio bunito, o olhar, depende. (...) Assim, um corpo feminino é, não magra demai e nem tão musculoso. Que a gente vê na televisão umas mulhé de músculo e essas coisa e é muito fei. Num é feminina não. Ai, assim, é bem feita, cintura fina, uma estatura média, assim, uns 1,65 cm. Eu num acho bunito uma pessoa baixa. Eu também num acho bunito uma mulhé gorda demai. As perna, eu acho bunito as pernas grossa, bem torneada e lisinha, o bumbum grande, os seios deve ser médio. Eu também num acho nem o piqueno bunito, mai também grande é, grande demais é horrível. É melhor ser piquininim mermo. O jeito também é importante, um jeito delicado, feminino, o, o jeito de andá, de sentá, delicadinha, a voz também, educada, só". (Sabrina – 20 anos, solteira)

Há momentos em que os ideais de proporção de corpo que estão socialmente em voga são refutados pelas entrevistadas. No Brasil, observamos a propagação da moda dos seios grandes – influência da cultura norte-americana na cultura e publicidade brasileira –, como já foi mencionado anteriormente, divulgada pela mídia. Há mais ou menos cinco anos atrás, as cirurgias nos seios eram para diminuí-los e não aumentá-los. Mesmo a moda dos seios grandes sendo divulgada pela mídia brasileira, esse padrão não está sendo subjetivado pelas mulheres que foram entrevistadas. Segundo elas, os seios grandes enfeia o corpo das mulheres.

“Os seio mais ou mêno, assim, não muito grande porque, assim, como aquela lôra do “Uga-Uga”, Tatiana (atriz Daniele Winits) (ver fig. 05), os seio dela é muito exagerado, e os hôme gosta, meu Deus do céu. Num sei porque os hôme gosta, é muito fei.” (Íris – 14 anos, solteira)

“Ave Maria como é fei peitão grande demai. Bunito é piquininim, durim, não é não mulé?” (Minerva – 59 anos, casada)

“Eu acho que as mulheres que agora querem só saber de peito grande sabe, eu num acho bunito peito grande. Acho que num combina não com a beleza das mulhé. Mulhé de peito grande fica feia”. (Elaine – 22 anos, casada)

Uma outra depoente, Melissa, parece ter subjetivado o modelo dominante de tamanho de seios divulgados atualmente pela mídia brasileira. Quanto maiores os seios, mais bonitos ela os acha. Segundo a referida entrevistada, os seios de silicone da atriz Daniele Winits (ver fig. 05) – a personagem Tatiana da novela “Uga-Uga”, esta transmitida até o mês de janeiro de 2001 na Rede Globo – são considerados perfeitos.

“É uma perna muito bunita, os seio bem volumoso, tem que ser grande, é, ela ter uma cintura bunita, fina.(...) Os seios da lôra, Tatiana, da novela, é muito bunito.” (Melissa – 26 anos, solteira)

Quantificando as opiniões em relação ao ideal de proporção de seios, 38,2% das depoentes consideram os seios pequenos como sendo os ideais, 50,9% o tamanho médio, 1,8% o tamanho grande e 9,1% não opinaram.

As nádegas grandes são relacionadas à feminilidade, um atributo exclusivo das mulheres.

“É, mulé sem bumbum é como se num fosse mulé. Mulé num é pa ter bumbum grane?” (Rute – 27 anos, casada)

Viu-se que das 55 depoentes, 32,7% consideram as nádegas médias ideais, 47,3% as nádegas grandes e 20% não opinaram. Entre as mulheres que não opinaram a respeito do ideal de nádegas, não as considerando atributos importantes na beleza feminina, percebemos que a grande maioria – 16,4% dos 20% que não opinaram – pertencem as gerações mais antigas. É evidente que a trinta, quarenta, cinqüenta anos atrás, etc., não era permitido, pelo menos no Mororó, mostrar os contornos das nádegas e muito menos mostrá-las nuas, por isso, a não valorização das mesmas. Certas regiões da anatomia feminina, como os seios, os quadris e, principalmente, a cintura, foram comentadas pelas

mulheres de mais idade, como proporcionadoras de beleza num corpo feminino. Talvez esse fetiche em torno das nádegas grandes, empinadas e arredondadas, seja consequência de uma sociedade que liberou o uso dos maiôs e biquínis, da calça comprida para mulheres, etc.

Afirmamos que os cabelos estão carregados de significados. Quanto ao tipo de cabelo ideal, percebemos um certo preconceito em relação aos cabelos cacheados ou crespos, considerados “cabelo ruim”. *“Cabelo ruim é de negro!”*, disse uma moradora do Mororó. A maioria das entrevistadas, 89,1%, de todas as idades, falaram achar mais bonitos os cabelos lisos e compridos. Apenas 5,5% consideraram os cabelos longos e encaracolados como sendo os preferidos, 1,8% os cabelos curtos e 3,6% não opinaram. Os cabelos lisos e compridos são, portanto, considerados os ideais, símbolo de feminilidade.

“Ter o cabelo bunito, bem tratado. Acho que bem tratado, o cabelo, assim, depende, varia de pessoa pra pessoa, entendeu? Eu acho, ser um cabelo bem tratado e um cabelo longo, ele é bunito, ele todo estiradinho, pesado. Num é cabelo cheio não.”(Afrodite – 24 anos, solteira)

“Ah! Na minha opinião, é, eu acho que, é, depende dos cabelo, que pa pessoa ser bunito pode ter o cabelo grande, piqueno, mais eu acho, assim, na minha opinião, pa uma mulé bunita, ela tem os cabelo grande, lisim, loira.” (Sade – 21 anos, casada)

“Pronto, eu acho uma mulé bunita se tem um cabelo bunito, O cabelo pode ser ou ondulado ou liso, mai tem que ser bem grande que é mais bunito, mais feminino.” (Sabrina – 20 anos, solteira)

“Sheila, (ver fig. 03) o cabelo dela é bunito também, cabelo grande e estirado, a cor, é isso que eu acho” (Afrodite – 24 anos, solteira)

Diferentemente das outras opiniões que defenderam o cabelo longo como sendo o ideal, vê-se que Melissa acha bonito os cabelos curtos. Algumas entrevistadas – 30,9% – consideram cabelos curtos adequados apenas aos homens, ou seja, representam masculinidade.

“Assim, bem lisinho e bem curtinho, curtinho mermo, acho lindo.”(Melissa – 26 anos, solteira)

O ideal de rosto feminino é, também, pautado no que é considerado feminilidade. O rosto feminino deverá ser delicado, fino, nariz fino (não devemos esquecer que as

capas das revistas estão estampadas de rostos dentro desses padrões); um rosto que não lembre as características negróides. Apenas um detalhe: apesar dos rostos femininos divulgados pela mídia, como sendo os mais sensuais e bonitos, possuem, quase sempre, bocas enormes e lábios carnudos, esse tipo de boca foi refutado pelas mulheres entrevistadas. Lábios carnudos, grossos, deixa o rosto mais feio e lembra, também, o fenótipo dos negros. Há uma rejeição dos traços fisionômicos que lembrem as pessoas negras. Quanto ao ideal de rosto feminino, 85,5% falaram que deveria ter o nariz fino, 43,6% a boca pequena e 78,2% o rosto afilado e delicado.

“Acho que o rosto cumprido, né, e uma boca piquena, não muito grande, eu acho que é isso. Eu acho que é assim, tem que ser combinando um com o outro, o olho, o nariz, a boca, em harmonia, sabe?” (Afrodite – 24 anos, solteira)

“O rosto, o rosto é, a boca piquena, os olhos azul, porque eu acho bunito os olho azul, a boca piquena, o nariz bem afiladim e, pronto”. (Sade – 21 anos, casada)

“É, no rosto, os olho verde, sou louca por olhos verde, deixe eu ver, uma boca assim bem feita, piquena, narizim perfeito também, afilado”. (Íris – 14 anos, solteira)

“O rosto, tudo perfeito, delicadim. A boca piquena mermo, o nariz bem feitim, isso pra mim tá bom”. (Melissa – 26 anos, solteira)

“O rosto, nariz assim, afilado, uma boquinha piquinininha, um rosto bem afiladim, cabelo grande, liso, lôro, pronto”. (Rute – 27 anos, casada)

“Eu acho Angélica linda (ver fig. 06). É, no rosto, acho bunito os olho dela, a cor dos olho, azul, é, o cabelo dela é bunito também, loiro e bem lisim. Só a boca que é grande demai. Eu acho meia grande, num é? Num é bunita não a boca dela”. (Naka – 14 anos, solteira)

“(...) Sheila é muito bunita (ver fig. 03). O rosto dela é comprido, os olho verde, é linda toda”. (Afrodite – 24 anos, solteira)

Destacamos casos do qual as entrevistadas – Dalva e Sílvia – dizem não achar bonitas as mulheres que passam atualmente na televisão. Vemos que elas têm uma opinião crítica a respeito daquilo que chega até elas como verdade, belo, dado. Não devemos esquecer, entretanto, que elas pertencem a outra geração. Dalva tem 75 anos e

Sílvia 67 e, supomos, na época em que eram mais jovens, concepções de corpo e de beleza apresentavam-se diferentes.

“Num tem ninguém não minha filha que eu acho bunito na televisão. É umas bunitiza diferente demais, as mulé nua, num acho graça nessas mulé que os povo di que é bunita. Num é praque elas estão sem rôpa não. É praque num acho bunita memo não. Bunita era as mulhé antiga, sabe? Como Helena de Demóstenes, daqui mermo do Mororó. Era uma moça muito bunita e bunita quano era sotêra minha filha. Era nova, novinha memo. Ôxe, eu olhava e dizia oh meu Deus como é que Deus fai uma coisa tão bunita quinem Helena. Helena era bunita, bunita de não precisá colocá mai nada encima dela não, viu? Bunita mermo minha filha. Hoje, hoje não. Mudou não é minha filha? Ela tá gorda demais, Ave Maria!”. (Dalva – 75 anos, casada)

“É, tem mulheres que a gente vê que ela é bunita mais as veze eu vejo eles na televisão, falar que uma cantora, artista, de uma mulé que é muito bunita, eu olho, da minha pessoa, eu num tô achando que ela é muito bunita não. Mais pra lá eles acham muito bunita aquelas mulhé, aquelas cantoras. Eu acho que uma mulé pa ser bunita..., tá, essa semana mermo passou umas moça, fazêno, assim, miss, as miss Brasil. Eu mermo, pra minha pessoa eu num achei que nenhuma fosse miss Brasil. Num achei essas..., elas num são feia. Elas são umas moça, elas eram umas moça bem feita, de uma cintura bem feita, os corpo bem feito, mai a fisionomia num era essas coisa. Eu mermo num acho que essas moça fosse miss, porque pra mim miss num é as moça mai bunita do Brasil, não?”. (Sílvia – 67 anos, casada)

Tivemos a oportunidade de verificar uma foto da “Helena” e de uma outra mulher, “Zefa” (ver foto 05), esta considerada a mulher mais bonita do Mororó na década de 60²⁴, e, acreditamos, se fossem avaliadas esteticamente na atualidade pelas moradoras mais jovens do Mororó, talvez não fossem consideradas tão bonitas como são consideradas pelas moradoras mais antigas. As depoentes Diva e Raquel apontaram Dona Zefa como uma das mulheres mais bonita. Detectamos, nos referidos casos, que o ideal de beleza são mulheres não da atualidade, mas mulheres do tempo em que as depoentes eram jovens, ou seja, a mais ou menos quarenta anos atrás.

“No tempo, no tempo mermo que eu era jovem, que até eu admirava ela, Zefa de Filó. Eu acho que assim, uma mulé

²⁴ Algumas entrevistadas – 08, mais precisamente –, falaram que “Zefa” era a mulher mais bonita do Mororó na década de 60, do século passado

bem feita, uma mulé, quer dizê, um tipo violão mermo, bem feita mermo, perna, braço, tudo, sem gordura, sem tá sobráno nada. Essa é o tipo de mulhé que eu acho bunita. É Zefa era a mais bunita do Mororó. Ela era uma morena, cabelo grande, liso, bem feita, ela tinha um corpo tipo violão mermo, (...) Muito bem feita, bem feita. Pense numa mulé bem feita, de corpo era perfeita, de rosto mais ainda, era perfeita mesmo. Eu como mulhé admirava ela demais, era muito linda. Tinha tipo, tinha altura, tinha beleza, beleza completa. Eu num acredito que ninguém nunca olhou pra ela pra butá um defeito. Acho que não. Sempre eu achei ela muito linda. Eu admirava, eu conheci ela, eu tinha assim a faixa de uns oito ano de idade. Eu já começava a admirá ela. Eu olhava assim “que mulé bunita. Que mulé bunita”, aí eu pensava assim quano eu crescê será que eu vou ficá bunita assim? Era linda. Um mulherão.”. (Diva – 51 anos, casada)

“Ah! Zefa de Filomeno. Muito linda, bem feita. Cintura fina, perna grossa. Os povo gostava porque ela tinha o cabelo grane, lisim, bem lisim”. (Raquel – 50 anos, solteira)

Percebemos nos discursos que 09 mulheres de mais idade, passando dos 45 anos, mesmo apontando alguma mulher da atualidade como sendo muito bonita, falaram, também, de alguma mulher conhecida que achavam bonita no tempo em que eram jovens. Supomos que isso deve-se ao fato de que não existia televisão na época, portanto, poucas mulheres tinham contato com os ideais de beleza feminina divulgados nos anos quarenta, cinquenta, sessenta, etc. Os ideais de beleza feminina eram aquelas mulheres da localidade e não as mulheres que a mídia apresentava como sendo símbolos de beleza e sensualidade. É evidente que nas referidas décadas do século passado existiam mulheres consideradas cânones de beleza como: a vedete brasileira Leila Diniz, a *miss* Brasil Marta Rocha, as grandes divas de *Hollywood*, Sophia Loren, Marilyn Moroe, Brigitte Bardot, Rita Hayworth, Elizabeth Taylor, etc.

Apenas duas entrevistadas disseram que conhecem, pessoalmente, mulheres da atualidade que consideram muito bonitas. Mesmo assim, a beleza dessas mulheres estão, também, compatíveis com os ideais de corpos belos colocados pelas entrevistadas.

“Minha irmã (Ilza, 19 anos. Ver foto 06), eu acho ela muito bunita porque, eu num encontro quase nenhum defeito nela, sabe, é, de perna grossa, cintura bem fininha, rosto afilado, cabelo lisim, bunda grande, peito piquininim, quase nenhum e num só eu como as outras

“pessoa também acham ela muito bonita”. (Elaine – 22 anos, casada)

“Vou falar de uma colega minha. Eu estudo com ela. É Milene, ela é de Barra de Santana, ela é bonita fisicamente e eu acho, ela é bem feita, tem bumbum grande, seios piquenos, cabelos grande, é lôra, tem os olho verdes.” (Eugênia – 18 anos, solteira)

De modo geral, as entrevistadas apontam mulheres consideradas bonitas que aparecem nos meios de comunicação de massa. A subjetivação de ideais de beleza tão limitados e/ou rígidos, impede que as mesmas consigam encontrar alguém no seu próprio meio e/ou círculo de amizades que se adapte à tais modelos de beleza feminina.

As mulheres que elas consideram as mais bonitas, geralmente, são atrizes de televisão ou apresentadoras de programas. Por exemplo, das 55 entrevistadas, as sete mulheres mais citadas como sendo as mais bonitas foram: “Vera Fischer” (fig. 01), citada como sendo a mais bonita por 72,7% das entrevistadas, “Ivete Sangalo” (fig. 07) por 69,1%, “Carla Perez” (fig. 04) por 67,3%, “Sandy” (fig. 08) por 67,3%, “Scheila Carvalho” (fig. 03) por 61,8%, “Angélica” (fig. 06) por 56,4% e “Eliana” (fig. 09) por 50,9%. Apenas 7,8% das depoentes não opinaram. Percebe-se que são todas mulheres jovens, ou, que aparentam juventude, de cabelos lisos, alguns longos e outros médios, todas mulheres brancas, sendo 04 delas loiras e 03 brancas de cabelos escuros, corpo tipo “violão” ou magra, como Sandy, cintura fina, quadris largos, etc.

Destacamos que as depoentes citaram, cada uma delas, uma, duas e até três mulheres que elas achavam muito bonitas. A atriz e dançarina “Claúdia Raia” (fig. 10) foi citada por quatro depoentes como sendo a mais bonita. A atriz e cantora “Thalia” (fig. 11) e a atriz “Kate Del Castillo” (fig. 12) foram citadas, cada uma delas, três vezes. As atrizes “Malú Mader” (fig. 14), “Coraima Torres”, “Priscila Fantin” (fig. 16), “Sílvia Pfeifer” (fig. 17), a atriz/modelo “Carolina Ferraz” (fig. 13) e a cantora “Elba Ramalho” (fig. 15), foram mencionadas, cada uma delas, duas vezes. As atrizes “Leandra Leal” (fig. 18), “Regina Duarte” (fig. 19), “Lúcia Veríssimo” (fig. 21), a cantora “Roberta Miranda” (fig. 20) e a vocalista da banda “Magníficos” “Valquíria”, foram citadas, cada uma delas, uma vez. Duas depoentes frequentadoras da Igreja evangélica, citaram nomes de cantoras evangélicas como sendo as mais bonitas, como: “Rute Gomes”, “Shirley Escavalais” e “Mara Lima”.

Constatamos que apenas três mulheres consideradas magras, duas delas possuindo corpo e/ou altura de modelo, foram consideradas bonitas: Sandy (fig. 08),

Sílvia Pfeifer (fig. 17) e Carolina Ferraz (fig. 13). Outras duas “fofinhas”, fugindo ao ideal de beleza colocado por elas mesmas, apareceram como sendo as mais bonitas: a cantora Roberta Miranda (fig. 20) e a atriz Priscila Fantin, da novela “Malhação” (fig. 16). Nenhuma mulher negra foi apontada como sendo bonita.

Finalmente, acreditamos que todas as vezes que as entrevistadas descreviam as características físicas que consideram proporcionadoras de beleza num corpo ou rosto de mulher, dizendo que o nariz é fino, as nádegas grandes, os seios e os pés pequenos, estavam revelando que têm um ideal de beleza. Por exemplo, se referindo as mãos femininas, uma depoente falou que estas devem ser macias, pequenas e ter os dedos delicados. As mulheres que lembraram de comentar o tipo de pé padrão, indicaram o pé pequeno e delicado como o ideal para as mulheres; o pé de “Cinderela”, não passando do número 36.

Fica evidente que as mulheres do Mororó sofrem influência das imagens de beleza feminina divulgadas pela publicidade, no momento de definir o que é ou não bonito e/ou atraente num corpo feminino. Assim, *“imagens do corpo feminino produzidas pela modernidade tecnocientífica, estéticas milimetricamente calculadas e condensadas na mídia,”* (Santa’Anna, 1995: 18), afetam as subjetividades dessas mulheres. O ideal de beleza subjetivado é o da mulher mais “carnuda” e não a da *top model*, “magricela”. O corpo feminino considerado bonito é aquele que tem quadril largo, cintura fina, barriga não saliente, seios médios ou pequenos, pernas grossas, cabelos compridos, rosto e nariz afilados, pés e mãos pequenas. Os seios grandes são tratados quase como abominação. Independentemente do tamanho do seio, para ser considerado bonito ele deverá estar firme e empinado. O flácido, alongado, pendurado em sua forma, é detestado. A altura ideal para as mulheres variou entre 1,65 até 1,70m de altura. Apenas 5,5% das mulheres consideraram que a altura ideal de uma mulher deveria ser menor que 1,65m e 1,8% maior do que 1,70m; 34,5% das depoentes não opinaram e 58,2% consideraram que a altura ideal feminina ficaria entre 1,65m à 1,70m. A cor da pele não revelou muita importância entre as depoentes, porém, mesmo entre aquelas que acham mais bonitas as mulheres morenas, fizeram questão de enfatizar que a cor da pele ideal é morena clara. Vimos nos depoimentos, que o tipo físico ariano – o tipo europeu – aparece como cânone de beleza feminina. Esse padrão europeu de beleza – pele branca, cabelos lisos e loiros, olhos claros, etc. – é muito difundido pelos meios de comunicação de massa.

Mesmo as mulheres que trabalham arduamente na roça e em casa, não consideraram os corpos fortes, mais “cheinhos”, supostamente mais resistentes à pesada carga de trabalho, como sendo ideais. O corpo nem gordo nem magro, é considerado como sendo o corpo ideal. Nesse sentido, o peso normal ou médio geralmente é preferido ao muito magro ou muito gordo. Poucas delas julgou atraente os corpos que elas consideraram excessivamente gordos ou magros.

Enfim, diferenças entre homens e mulheres estão registradas também no corpo. Essas distinções podem ser decorrentes de influências biológicas como também culturais. Nesse sentido, a sociedade produz, também, estereótipos de beleza masculinos.

1.2- O ideal de beleza masculina.

No Brasil, a televisão cada vez mais explora o corpo masculino. No programa “Quarta Total” – na Rede Record, há um quadro onde homens musculosos e semi nus – homens que dançam e fazem *striptease* em casas de *shows* para mulheres – entram em cena fantasiados, deixando a platéia feminina em desespero. Também temos os belos “Papaquitos”, sempre jovens e musculosos, no “Xuxa Park”. As novelas cada vez mais mostram a beleza masculina “nua e crua”. Nesse sentido, o homem se transformou, também, em objeto de consumo. Vejamos os anúncios: as caras lânguidas e sensuais dos modelos masculinos, dos astros da música *pop*, dos atores, corpos se oferecendo tal como acontece com as mulheres.

A beleza masculina demarca-se segundo ideais construídos socialmente. De acordo com Courtine (1995), dando exemplo dos Estados Unidos,...

“... durante a primeira metade do século XIX, o interesse suscitado pelo desenvolvimento corporal vai modificar sensivelmente as imagens do corpo masculino: o homem romântico, magro e lânguido é apagado progressivamente a partir de 1830, diante das definições da masculinidade que pouco a pouco vão abrir espaço à potência muscular. (...) A partir de 1840, o modelo do homem musculoso influenciará fortemente a imagem ideal de corpo de homem americano.” (Courtine, 1995: 90)

Vê-se aí, a transformação das normas estéticas masculinas.

“Desde meados dos anos 50 do século XIX, os americanos haviam começado a considerar, ainda mais claramente do que antes, a potência corporal viril como um signo essencial de beleza e de poder. Em breve eles iriam fazer do ideal muscular da estatuária clássica o critério de beleza física para o qual era preciso tender. No fim do século, o tipo atlético, o corpo potente do esportista, constituirá a norma-padrão, eclipsando o homem sensível dos primeiros anos do século e o homem robusto, corpulento e barbado, da Fronteira e da guerra Civil.”
(Courtine, 1995: 91)

Segundo Courtine (1995), o ideal de corpo masculino musculoso vai dominar, definitivamente, nos Estados Unidos, no decorrer dos primeiros vinte anos do século XX. Na primeira metade do século XX, o corpo é promovido pelas revistas populares. O slogan “seja 100% homem”, era destacado na publicidade das revistas. A “superioridade” do sexo viril era enfatizada. A fraqueza muscular do homem seria um crime.

Ainda Courtine (1995), coloca que na televisão e no cinema, as exibições musculares generalizaram-se nos Estados Unidos ao longo dos anos 80. Viam-se competições entre fisioculturistas:

“Corpos de homens inchados, artificialmente bronzeados, cuidadosamente depilados e lubrificados, alinhados sobre o palco segundo um ritual que lembra os concursos de beleza femininos. (...) Curiosas posturas, que pensam ressuscitar a estatuária clássica. Insólitas massas musculares, puramente decorativas, que não servem para correr, nem para arremessar, e que rompem assim com tudo aquilo que, dentro da lógica esportiva, associa músculo a movimento. São puras lutas de aparências.”
(Courtine, 1995: 83)

Os exemplos dessa cultura vemos nos brinquedos para crianças, inclusive nas prateleiras brasileiras, sobretudo, para os meninos. São os heróis; os bonecos que imitam monstros, heróis e heroínas, sempre corpulentos, sempre musculosos, fortes. No passado, por exemplo, “Tarzan” era forte, mais esguio. O novo rei das selvas é só músculos. Os bonecos com que as crianças brincam também mudaram. Os heróis de “Guerra nas Estrelas” eram sutilmente fortes, ficaram supermusculosos. Até o Batman virou esse super herói, super parrudo.

“Os anos 80 conheceram um desenvolvimento considerável do mercado do músculo e do consumo de bens e serviços destinados à manutenção do corpo.”

Impérios industriais, com atividades diversificadas, ocupam esta fatia do mercado relativa ao ferro, às vitaminas e ao suor, produzindo tanto aparelhos de musculação, quanto suplementos nutricionais, ou ainda revistas especializadas sobre a boa forma, a saúde, os regimes alimentares e o desenvolvimento corporal. Percebemos que esse mercado mudou: os pesos e halteres do passado, assim como as máquinas simplesmente mecânicas, foram pouco a pouco sendo substituídos por aparelhos capazes de explorar todas as possibilidades da eletrônica.” (Courtine, 1995: 84)

Nas academias de musculação vê-se um ambiente disciplinar e, às vezes, extraordinariamente estrito, e sempre coercitivo. Corpos fortes também exigem o controle e o consumo de uma alimentação própria para fabricar corpos másculos.

É evidente que a cultura de massa do corpo implica consumo, ou seja, a necessidade do gasto numa sociedade de consumo. O senso perspicaz do comércio percebeu, desde cedo, que o corpo é um mercado, que o músculo é um modo de vida. A mídia explora e divulga imagens de corpos que, a partir do desejo das pessoas de possuí-lo, preserva a sociedade capitalista, fundada no lucro.

As formas contemporâneas de corpos masculinos, as imagens ideais do corpo masculino, obedecem aí a uma hipertrofia muscular que, em seu excesso, não tem nenhum antecedente.

“Colocados ao lado de Arnold Schwarzenegger num concurso imaginário, Charles Atlas, o héracles dos anos 20, ou Johnny Weissmuller, o Tarzan dos anos 40, apresentariam, segundo os critérios dos fisioculturistas profissionais – ou, os body-building profissional em vigor, esses físicos inacabados para os quais as revistas atuais recomendam a prática intensiva da musculação.” (Courtine, 1995: 103)

Dentro dos padrões propostos de gênero, espera-se que os homens sejam fortes, independentes, agressivos, competitivos e dominantes e as mulheres sensíveis, sensuais, afetuosas, atraentes, elegantes, vaidosas e que suprimam impulsos agressivos. O corpo atual ideal do homem adequa-se ao papel tradicional masculino e/ou ao comportamento masculino. Vemos aí, a super-virilização da aparência masculina. É a busca de um homem endurecido, de um corpo endurecido, rígido. O investimento viril dá-se também a partir de práticas de esportes mais duros, combativos e violentos.

Essa hipervirilização do corpo masculino é indicada pela autora Badinter (1993) como uma conseqüência da crise da masculinidade atual, onde os homens estão

perdendo o seu espaço, antes bem delimitado. Foram as mudanças do lugar da mulher na sociedade que desestruturaram o lugar social dos homens – lugar pautado no poder, objetividade, sucesso, etc. – e, conseqüentemente, proporcionaram esse tipo ideal de corpo masculino fundado nos músculos e virilidade. A carapaça física, esse ideal de corpo musculoso, forte, essa construção corporal, compensa a fragilidade interna e a perda de poder dos homens. Essa aparência aproxima-os, mesmo que apenas exteriormente, da superioridade e do poder.

“A liberação progressiva das mulheres contribuiu para engendrar, em contrapartida, uma ênfase na elevada estatura e na musculatura como atributos exclusivamente masculinos.” (Green apud Courtine, 1995 : 111)

No Brasil, a partir das observações das imagens dos modelos masculinos de algumas edições da revista “G Magazine” – direcionada, particularmente, ao público “gay” –, e da revista “Íntima” – direcionada ao público feminino – constatamos que o ideal de corpo masculino é o másculo, alto, pernas grossas, o torso em forma de V, formado a partir dos ombros largos até a cintura e quadris mais estreitos. O rosto parece não ter muita importância no momento de escolher os astros das capas das revistas, já que nem todos os modelos poderiam ser considerados atraentes de rosto. Se a exigência da face masculina fosse igual ao que se exige dos rostos femininos, muitos homens que possuem rostos comuns, não estariam nas capas das revistas.

Segundo Etkoff (1999), os modelos masculinos são altos – 1,82m ou mais – e têm torsos em forma de V (as medidas mais comuns são 1m de peito e 76cm a 81cm de quadris e cintura). Os manequins também têm 1,87m de altura e peito medindo 1m.

No item seguinte, veremos como as mulheres do Mororó subjetivam os modelos de beleza masculinos difundidos socialmente, acompanhando as identificações e/ou analogias entre as noções associadas de virilidade/macho/dono/força.

1.2.1- O Discurso das Mulheres da Zona Rural: corpos viris X faces andróginas.

Nas novelas as personagens masculinos são, geralmente, truculentos. Homens sensuais, bonitos ou sem camisa apontam para um tempo do homem-objeto. Tais personagens, na maioria das vezes, perpetuam a manutenção de valores como sucesso,

força física, sexualidade incontrolada, o papel de provedor e a homofobia, tradicionalmente valores masculinos.

Vejamos, no seguinte depoimento, a associação da beleza masculina à detalhes físicos – como por exemplo, pêlos no peito – e ao “jeito” durão de macho, viril.

“Umberto Martins (ver fig. 22), pronto, eu admiro demais aquele homem (...), cabeludão, no peito, eu acho ele muito lindo, acho ele lindo. Jeito de homem mermo e Antônio Fagundes. Pense em dois homens que eu acho bonito. Eu acho que é os mais bonito, porque tem cara e corpo de macho, de homem memo, de homem de verdade, vice?” (Bia – 51 anos, divorciada)

É verdade que homens adultos têm em média mais massa muscular do que as mulheres, e a diferença maior em força concentra-se nos braços, peito e ombros. Isso não significa, entretanto, que uma mulher não possa ser fisicamente mais forte do que o homem. Lembremos das mulheres que praticam fisiculturismo: musculosas e fortes.

Um traço que parece aumentar a atratividade masculina é um grupo de músculos fortes e a altura.

“Ah! Assim, de um metro e oitenta, ter o físico forte, musculoso, acho lindo.” (Melissa – 26 anos, solteira)

“Um Homem bonito pra mim é, não muito alto, um tamanho normal, uns, um metro e setenta e oito, um metro e oitenta por aí, mas que seja moreno, moreno claro, musculoso, um pouco musculoso, as pernas grossas.” (Sade – 21 anos, casada)

A identidade masculina dominante está associada ao fato de possuir, tomar, penetrar, dominar e se afirmar, se necessário, pela força. O homem deve, então, exibir uma aparência viril, “dura”, forte, para adequar-se a esse modelo de identidade masculina.

Homens com altura considerada média ou acima da média são preferidos aos homens que elas – as depoentes – consideram medindo abaixo da média. (-1,75m: 3,6%; 1,75m à 1,80m: 41,8%, + 1,80m: 12,7%; não opinaram: 41,8%) É evidente que alto e baixo é sempre em comparação às normas e estaturas locais. Percebemos que, enquanto a altura ideal da mulher defendida pelas entrevistadas variou de 1,65m à 1,70m de altura, a altura ideal para os homens variou entre 1,75m até 1,80m de estatura. Constatamos que a exigência da superioridade masculina em relação às mulheres dá-se, também, na altura ideal para cada sexo.

Os homens considerados símbolos de beleza devem ser altos, fortes, musculosos, afirmando um ideal de corpo que deve ser maior do que o das mulheres, não denotando fragilidade.

Nos seguintes depoimentos, nota-se a importância do homem mostrar-se mais alto do que a mulher.

“Que num seja muito baixo, também muito altão não. Tem que ser mais alto do que a mulhé.” (Vênus, 34 anos, casada)

“Que num seja baixim demais, que seja um pouco alto porque um hôme baixim a mulé sempre é um pouco assim, fica rindo da cara dele. Hôme mai baixo do que a mulhé é muito feim, sabe?”. (Dara – 13 anos, solteira)

“Vavá é lindo (se referindo ao cantor Vavá, do grupo musical “Kara Metade”) (ver fig. 23). Agoira só faltava um pouquim de altura, num era? Ele é baixim par ser hôme”. (Hilda – 20 anos, solteira)

Sabemos que, dentro dos códigos de padrões de corpos, o corpo do homem deve ser maior do que o da mulher, sugerindo a proteção desta por àquele. As pessoas olham “enviesados” para casais onde o homem é menor na altura do que a mulher porque o modelo feminino deverá ser essencialmente menor do que o masculino. É o corpo do homem que deve exteriorizar superioridade. A altura média do homem deverá ser superior à da mulher. Esse modelo de corpo menor para as mulheres mostra, simbolicamente, uma mulher frágil, delicada, submissa, que deve permanecer menor. Menor do que o homem. Verifica-se, também, a importância do corpo musculoso (60% consideraram o corpo musculoso masculino como o ideal) para o homem. Um corpo que protege mais do que o corpo feminino, por ser maior. Constatamos, portanto, que os homens mais altos são imaginados como mais atléticos, viris, atraentes fisicamente do que os homens mais baixos.

“A sociedade quer o homem mais alto, o mais forte...”
(Abdalla, 2000: 20)

Homens altos, possuindo um corpo atlético, foram mencionados como sendo os mais bonitos como: os atores Thiago Lacerda (ver fig. 24), Edson Celulari (ver fig. 25), Maurício Mattar, os atores/modelos Victor Fasano (ver fig. 26), Paulo Zulu (ver fig. 27), Reynaldo Gianecchini (ver fig. 28) e o cantor do grupo musical “Harmonia do Samba”, Xandy (ver fig. 29).

“Xandy (fig. 29), porque ele é muito musculoso, fortão e ele é muito alto aí eu acho ele bunito. A altura dele combina com o corpo dele”. (Marisa – 17 anos, solteira)

“O homem bunito pra mim eu acho que é o Edú (o ator Reynaldo Gianecchini) (fig. 28) da novela. Eu acho ele bunito, tipo, aquele é quase perfeito. Altão, forte, voz bonita, de homem, cabelo curtim, é, ele é lindo mermo, quase perfeito”. (Sabrina – 20 anos, solteira)

Entendemos que quando elas dizem “não muito musculoso” (10,9%) estão se referindo àqueles corpos super-musculosos dos homens que praticam o fisioculturismo.

“Fisicamente é aquele forte, não muito musculoso, porque eu acho assim, depende de pessoa pra pessoa, mais pra mim mesmo eu num acho, assim, um homem muito musculoso bunito não. Ele tem que ser forte, pernas grossas.” (Afrodite – 24 anos, solteira)

“Um homem bunito, é um homem musculoso, não muito, senão é feio. Alto, moreno claro e não muito gordo não. Um homem forte”. (Fernanda – 29 anos, solteira)

Das 55 entrevistadas, 29,1% não opinaram a respeito do ideal de corpo masculino; 47,3% falaram que os homens deveriam ter pernas e coxas grossas. A respeito das nádegas masculinas, apenas quatro depoentes, todas na faixa dos 18 anos, comentaram dizendo que estas deveriam ser “durinhas”. Não ouvimos nenhuma preferência pelo tamanho das nádegas masculinas. Supomos que a importância do tamanho das “nádegas” é algo exclusivamente para ser avaliado nos corpos femininos e não nos corpos masculinos. Da mesma maneira, as mulheres não se referiram aos corpos femininos dizendo que os mesmos deveriam ser fortes e/ou musculosos.

Sentimos uma certa dificuldade das mulheres em descreverem um rosto de homem esteticamente bonito. Muitas delas falaram não saber descrever o rosto ideal masculino (32,7%) ou que o rosto do homem não tinha importância na avaliação de sua beleza (38,2%). 27,3% não opinaram.

“De rosto, num tem modelo não, qualquer rosto”. (Sade – 21 anos, casada)

“O rosto, não, não, o rosto não conta muito”. (Marilda – 20 anos, solteira)

“No rosto eu num tenho preferência não, cabelo curtinho, só”. (Samanta – 30 anos, casada)

Apenas uma depoente (1,8%) conseguiu descrever detalhadamente um rosto de homem considerado bonito. Verifica-se que, ao contrário do nariz feminino ideal, que seria fino, pequeno e arrebitado, o do homem deverá não ser muito pequeno, ou seja, não deve ser delicado e/ou feminino.

“O rosto pode ser comprido também, o nariz não muito piqueno, é bunito um hôme com o nariz normal, os olhos castanho, ou castanho ou preto”. (Joana – 19 anos, solteira)

Acreditamos que essa dificuldade em descrever um rosto de homem bonito, deve-se ao fato do mesmo ter que exibir uma aparência viril, “dura”, desfeminizada, insensível – sensibilidade é associado à feminilidade. Beleza – de rosto – é “coisa” de mulher não de homem²⁵, isso porque, nas distinções de gênero, o homem é o sexo forte e a mulher o sexo fraco; ele o sexo nobre, ela o belo. Beleza e vaidade, portanto, são atributos mais associados às mulheres do que aos homens. Os homens devem mostrar virilidade, poder, força na sua aparência. Esse é o seu corpo ideal.

Mesmo sem haver descrições detalhadas sobre a face masculina ideal, dois tipos de faces masculinas consideradas ideais foram apontadas: o rosto afeminado, parecido com “cara de mulher” (12,7%) e o rosto durão, másculo, o “cara de homem” (52,7%). O tipo de entonação da voz, os gestos de um homem, também podem indicar um maneirismo feminino ou masculino. Voz grossa indica masculinidade.

“Sempre ter seu preparo físico é, é, ser uma pessoa, assim, ter preparo físico no seu rosto, no seu corpo, no seu modo de falar, no seu jeito de rir, tudo... Ter jeito de hôme, né, ser forte, alto, cara de hôme, que é bunita, é, voz grossa, só”. (Clara – 21 anos, casada)

O rosto mais “afeminado”, delicado, cabelos grandes, um “jeito” delicado, denotando um tipo masculino meio andrógino, duvidoso, deslegitima o ideal de beleza masculina construído a partir de uma associação à virilidade e à dureza. O jeito, o visual andrógino, caminha para uma igualdade estética entre o homem e a mulher. Esse visual andrógino, essa beleza andrógina, dispensa a virilidade explícita, rompendo, em parte, pelo menos esteticamente, os estereótipos culturais de corpos ideais de homens e de mulheres, sugerindo, também, uma dissolução dos papéis de gênero.

²⁵ Segundo a autora Freedman (1994), a mulher aprende a ver seu corpo como um ornamento, para atrair a atenção e o homem é socializado para tornar seu corpo um instrumento, uma máquina em movimento que conquista e vence. Ver: FREEDMAN, Rita. *Meu Corpo... Meu Espelho: aprenda a gostar mais de seu visual e de si mesma*. Tradução de Magna Lopes. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1994.

“Fábio Assunção (ver fig. 30), é esse bicho memo, Fábio Assunção. Os olho dele, o cabelo, quano tá grande mais ainda, eu acho lindo esse hôme. Delicado, uma beleza delicada. Num acho bunito hôme com jeitão de machão não. Eu acho que só isso memo”. (Vênus – 34 anos, casada)

“É, deixe eu ver. Vavá (fig. 23) do “Kara Metade”, eu acho ele bunito, o rosto, carinha de menininho, eu acho o rosto dele muito bonito.” (Morgana – 23 anos, casada)

Uma atração pela carinha de “anjo”, de guri, indica uma rejeição dos rostos de homens pautados na rudeza, na seriedade, na virilidade. O carinha de “anjo” lembra esses rostos de homens divulgados na mídia; os rostos andróginos, lisos, delicados, sugerindo mais o ideal de rosto feminino. São modelos masculinos hermafroditas ou andróginos.

“Carinha de anjo, de guri, só”. (Leila – 14 anos, solteira)

Esse ideal de beleza masculina mais feminino, pelo menos aparentemente, denota doçura, fragilidade, polidez. É uma aparência que não lembra a agressividade, superioridade, poder. Esse tipo de aparência é possível a partir da recusa dos modelos tradicionais masculinos, pautados na virilidade e na inserção de um outro modelo de masculinidade do qual os homens podem aparentar docilidade, fragilidade, aceitando, entretanto, o que é colocado como feminilidade, inclusive a feminilidade aparente. É uma idealização da igualdade entre os sexos. Esse novo homem foi possível a partir das modificações nas vidas dos homens e das mulheres, das reivindicações feministas, dos questionamentos e desnaturalização dos papéis de gênero, da introdução das mulheres no espaço público, antes considerados espaços unicamente masculinos, da perda do espaço do homem enquanto único provedor, da divisão das tarefas domésticas e do cuidado dos filhos entre homens e mulheres, do direito do homem poder demonstrar a sua sensibilidade, chorar, etc.

Ao contrário das mulheres, que deve tentar se livrar de quase todos os pêlos do corpo, no homem os pêlos, em algumas partes do corpo, poderá deixá-lo mais bonito. O bigode aparece aí como símbolo de beleza masculina.

“No rosto que tenha bigode, eu acho lindo hôme de bigode”. (Lili – 46 anos, casada)

“Não muito cabeludo, só um pouquinho no estômago, no peito e eu acho que só. Num precisa ser muito cabeludo

não. Hôme das costa cabeluda eu num gosto.”(Afrodite – 24 anos, solteira)

“Os hômes bunito? É, alto, tem que ter as pernas grossas, braços fortes, cabeludo, no peito.”(Íris – 14 anos, solteira)

“É Toni Ramos (ver fig. 31), eu acho ele lindo, tem os peito cabeludo, num é. Nossa Senhora que hôme bunito, é, outro que é cabeludo, aquele, o rei do gado, como é o nome dele? Antônio Fagundes, Ave Maria, aquele hôme é bunito demais”. (Eliana – 38 anos, divorciada)

Segundo as depoentes, geralmente entre as mais velhas, a barba, principalmente aquela cerrada, e o bigode, ressaltam a masculinidade e a beleza masculina. Costeleta e cavanhaque não foram apontadas. A barba grande não é muito atrativa num homem. Apenas uma entrevistada falou achar bonito homem de barba grande. Observando os modelos de beleza masculina, constatamos que não usam mais barba.²⁶

Vemos que a beleza masculina inscreve-se também no jeito de ser do homem, um jeito que deverá ser de macho e não um jeito delicado que poderia denotar homossexualismo. A heterossexualidade é a norma, que traduz-se também no jeito de ser e de mostrar-se do homem.

“Primeiro que tenha jeito de homem mermo. Que num tenha jeito delicado demais, entende? Um coxa, umas coxa bem nutrida e, com uma barrinha bem firme, cintura não, assim, barriga dura, os músculos assim, bem musculoso.” (Rafaela – 35 anos, casada)

Diz-se que a beleza física é como uma habilidade atlética: seu auge é na juventude. A civilização moderna manda-lhe ser jovem. O “passar dos anos” parece não influir negativamente na beleza dos homens. Vê-se a importância dada ao charme dos cabelos grisalhos nos homens. Percebe-se que a idade tem pouca influência nos julgamentos da beleza masculina. O peso da idade atrapalha mais a beleza feminina do que a beleza masculina.

“Num sei, mai, mai, a mulhé envelhece num é? Por mais que ela se ajeite ela tá velha, com ruga e tudo mais. Num é de jeito nenhum como uma moça, bunita, nova, certo? Pro hôme não, a idade num conta. Ai até ele fica mai bunito, mai hôme maduro num é? É charmoso, eu acho.

²⁶ O pêlo facial masculino foi abundante até o início do século XX, quando os higienistas começaram a propagar o discurso de que a barba acumulava um grande número de germes, provocando doenças. Ver: ETCOFF, Nancy. *A Lei do mais Belo: a ciência da beleza*. Tradução de Ana Luiza Borges de Barros. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

Hôme de mais idade fica mai bunito". (Rute – 27 anos, casada)

"O hôme mais ainda, quanto mais velho, mais maduro, mais bunito ele fica"". (Sabrina – 20 anos, solteira)

Comprovamos que o rosto, para algumas entrevistadas, não possui tanta importância para tornar – o homem – mais bonito ou não. A descrição de uma face feminina ideal aparecia instantaneamente. Algo que não ocorria com a descrição de um rosto masculino considerado bonito. Homens bonitos eram muito difícil de serem descritos. (*"não sei o que é um hôme bonito. Mai eu sei quano é bonito. Quano eu olho e sei que é bunito ou fei."* Zélia – 57 anos, casada) As mulheres mais velhas não sabiam, simplesmente, descrever os rostos masculinos ideais. Muitas afirmaram não prestar atenção nos rostos masculinos. Dedicam atenção ao comportamento dos homem, se é bom marido, dono de casa, etc. Assim, a maioria das descrições das faces ideais masculinas – entre "cara de anjo, feminina" e "cara de homem" – parte das mulheres de menos idade. Supomos, deste fato, que a beleza facial é, entre as depoentes, mais importante para as mulheres do que para os homens. Porém, quanto mais masculino o rosto do homem, mais as mulheres o julgavam atraente e desejável. A defesa de uma "cara de homem" diz respeito a uma masculinidade que deverá estar presente na estrutura óssea da face, maxilares fortes, combinando com os músculos. Acreditamos que a idade não atrapalha a beleza masculina porque as rugas, os cabelos grisalhos deixa o homem com um aspecto mais sério, maduro. A autora Etcoff (1999) diz que o que torna o homem bonito é o que o faz parecer dominante. O rosto dominante parece estar na chefia, no poder, comandando. Os rostos dominantes aparentam maturidade. A masculinidade apresenta-se, portanto, na estrutura óssea da face, nas características que dão um aspecto viril e maduro ao rosto masculino, e ainda nos músculos do corpo.

Também, como já foi mostrado, rostos masculinos ligeiramente efeminados ou "suavizados" foram considerados atraentes pelas mulheres mais jovens. Das sete mulheres que consideram o "carinha de anjo" como símbolo de beleza masculina, apenas uma tem mais de trinta anos. As outras seis possuem menos de 23 anos, e, a maioria, estão na faixa dos 14 a 19 anos.

É interessante mostrar que entre as 55 entrevistadas "Zezé de Camargo" (fig. 32) foi citado como sendo o mais bonito por 83,6% das depoentes, "Vavá" (fig. 23) por 78,9%, "Reynaldo Gianecchini" (fig. 28) por 76,4%, "Leonardo" (fig. 33) por 67,3%, "Xandy" (fig. 29) por 60% e "Luciano" (fig. 32) por 49,1%. Apenas 10,9% das

entrevistadas não opinaram. Destacamos que as depoentes mencionaram, cada uma delas, um, dois, três até quatro homens que elas achavam muito bonitos. Os atores “Umberto Martins” (fig. 22), “Fábio Assunção” (fig. 30), “Toni Ramos” (fig. 31), “Antônio Fagundes”, os cantores “Júnior” (fig. 34), “Daniel” (fig. 35) e o modelo/ator “Thiago Lacerda” (fig. 24), foram citados, cada um deles, três vezes como sendo os mais bonitos. Os atores “Edson Celulari” (fig. 25) e “Fábio Azevedo” (fig. 36) foram citados, cada um, duas vezes. Os atores “Maurício Mattar”, “José Wilker”, “Tom Cruise” (fig. 37) e os atores/modelos “Paulo Zulu” (fig. 27) e “Victor Fasano” (fig. 26), foram mencionados, cada um deles, uma vez.

Vimos que homens, que jamais conseguiriam carreira de modelo por não possuírem a altura exigida para ser modelo e/ou por não estarem dentro dos padrões físicos masculinos que as depoentes defenderam, foram colocados enquanto sendo bonitos. Como exemplo, supomos que os cantores Leonardo (fig. 33), Zezé de Camargo (fig. 32), Luciano (fig. 32) e Daniel (fig. 35) têm menos de 1,75m de altura. Júnior (fig. 34) – da dupla “Sandy e Júnior” – está longe de ser musculoso, porém, possui uma fisionomia “cara de anjo”.

Absolutamente nenhuma depoente conseguiu apontar um homem que elas acham bonito na comunidade do Mororó. Percebe-se que o modelo idealizado de beleza masculina não faz parte da realidade dessas mulheres.

Finalmente, de uma maneira geral, o ideal de beleza masculina subjetivado pelas mulheres entrevistadas, corresponde ao corpo viril, másculo, grande. Vê-se que há quase uma obrigação do homem mostrar a sua virilidade, mostrar que é macho a partir de sua própria aparência. Aí, vemos que é impossível falar de beleza masculina e de beleza feminina deixando de lado as relações de gênero, os papéis de gênero. Algumas perguntas feitas por nós e as nossas observações, possibilitou percebermos como se dava os padrões de gênero no Mororó. Geralmente, as mulheres falavam dos homens dizendo que estes são chefes de família, poligâmicos, provedores principais, agressivos, insensíveis, etc., e as mulheres são donas de casa, fiéis, educadas, maternais, pacientes, vaidosas, etc. Percebemos que os papéis tradicionais de gênero predominam no Mororó, mesmo assim, não deixamos de perceber que há muitas quebras desses padrões. É o modelo de masculinidade rude, viril, dominador, que está presente nas relações entre os homens e as mulheres. O corpo construído, moldado, deverá corresponder aos padrões de gênero. Nesse sentido, a identidade de gênero é definida por configurações e traços relacionados não somente às condutas e comportamentos, mas também, à aparência.



Foto 5



Foto 6



Fig. 2



Fig. 5



Fig. 01



Fig. 03



Fig. 04



Fig. 06



Fig. 07



Fig. 08



Fig. 09



Fig 10



Fig. 11



Fig. 12



Fig. 13



Fig. 14



Fig. 15



Fig. 16



Fig. 17



Fig. 18



Fig.19



Fig. 20



Fig. 21



Fig. 22



Fig. 23



Fig. 24



Fig. 25



Fig. 26



Fig. 27



Fig. 29



Fig. 30



Fig. 31



Fig. 28



Fig. 32



Fig. 33



Fig. 34



Fig. 35



Fig. 36



Fig. 37

1.1- Quem é “Patinho Feio?”

“(...) Que dizer dos corpos imperfeitos, feios, dos corpos indecisos e do mundo de desproporção por eles convidado?” (Senra, 1995: 188)

Na nossa pesquisa procuramos saber, também, o que é considerado um corpo ou um rosto feio. Neste item, iremos problematizar a feiúra, procurando saber como ela é vista, significada. Sabemos que a feiúra pode estar relacionada aos aspectos não físicos. Nesse sentido, várias vezes, esteve presente nos discursos das depoentes, essa dicotomia entre a beleza corporal e a interior. Foi colocado que a beleza física não significa, essencialmente, “beleza interior”. Uma pessoa pode ser belíssima exteriormente e feia no seu interior. Exemplificando, houve muita associação da feiúra ao que é considerado mau comportamento de uma pessoa como: ela ser invejosa, “amostrada”, infiel, indecente, mentirosa, etc., porém, nós nos detemos à feiúra física.

A beleza pode ser “lucro garantido”, mas seus efeitos sociais, como a discriminação do considerado não-belo e a negligência da beleza “interior” menos visível, pode ser tudo, menos positivo.

De acordo com Etkoff (1999), o preconceito sofrido pelos considerados feios remonta, no mínimo, a Platão, que acreditava que a beleza física seria uma evidência visível da beleza espiritual. Nesse sentido, a beleza moral era um reflexo da beleza ideal.

“Baldassare Castiglione escreveu em 1561 que “a beleza é uma coisa sagrada... só raramente uma alma perniciososa habita um corpo belo, portanto a beleza externa é um sinal genuíno da bondade interna... é possível dizer que, de uma certa forma, o bom e o belo são idênticos, especialmente no corpo humano. E a causa direta da beleza física é, em minha opinião, a beleza da alma.” (Etkoff, 1999: 52)

Castiglione afirmava que: *“em sua maior parte os feios são também maus.”* No século XVI, Francis Bacon escreveu: *“pessoas deformadas são... (como as Escrituras dizem) destituídas de afeto natural”* (Etkoff, 1999: 52). Vê-se que a feiúra era um sinal do ruim, louco, perigoso. Deformidades, feiúra e doenças eram vistas como estigmas marcados no corpo por um Deus colérico.

A feiúra, ou, um corpo ou rosto considerados feios, variam de acordo com a sociedade e/ou grupos sociais e a época. Também a feiúra e a beleza é definida a partir

da singularidade de cada pessoa. Ora, a publicidade divulga os padrões de beleza; aprendemos a ver beleza naquilo que é colocado enquanto belo, porém, nosso olhar é seletivo. Não subjetivamos tudo que é colocado enquanto “verdade” de uma maneira totalmente passiva. Escolhemos e reelaboramos o que vemos, e recriamos um algo novo. O novo é a nossa singularidade. Por isso, como diz Adriana, no seguinte discurso, a feiúra não existe. É relativo: o que é feio para mim, outra pessoa não acha; acha bonito. Do mesmo jeito é a beleza.

“Não, a feiúra não existe não. Porque o que é que adianta, eu chego ali na frente eu acho uma pessoa feio aí vem outra e já acha aquela pessoa bunita. Não existe feiúra”. (Adriana – 24 anos, solteira)

Há pessoas, entretanto, que estão mais próximas de um padrão de beleza corporal, aí, é evidente, que será mais difícil aparecer alguém que a considere feia fisicamente. A não ser que pertença a um outro grupo social onde os códigos de beleza diferem totalmente daqueles padrões de beleza, ou que tenha subjetivado ideais de beleza de uma outra época.

Percebemos que a feiúra está relacionada às características físicas contrárias àquelas consideradas bonitas, dentro dos padrões estéticos de beleza feminina ou masculina, como por exemplo, cabelo crespo, pele com espinhas, velhice, nariz “largo”, perna fina, etc., etc.

“Existe, tem tanta gente fei. Assim, tem gente que a pessoa acha fei, num é? É, que tem a cara cheia de espinha, cabelo fei, duro demais, sem ser lisinho, é, é, gente velho demais, chei de ruga, deixe eu ver, nariz grande, largão, boca grande, cabeça grande demais, essas coisa assim”. (Telma – 23 anos, solteira)

“Existe. É uma pessoa feia, que tem boca grande, os cabelo fei, o rosto fei, que não tem perna grossa, que não tem bunda”. (Lilith – 14 anos, solteira)

Dentro do que é considerado desarmonia, nas nossas entrevistas surgiram muitas associações da feiúra aos traços fenotípicos (aparências físicas) dos negros, justificando discursos do tipo: *“ele (o negro) é tão bonito que era para ter nascido branco. Ou, “esse branco é tão feio que parece negro”*. O autor Ianni (1988) diz que,...

“... as diferenças raciais, socialmente reelaboradas, engendradas ou codificadas, são continuamente recriadas e reproduzidas, preservando, alterando, reduzindo ou mesmo acentuando os característicos físicos, fenotípicos,

psicológicos ou culturais que distinguem o branco do negro.” (Ianni, 1988: 83)

Etcoff (1999), escrevendo a respeito da depreciação do homem negro, da associação do negro à feiúra, diz que foi a partir de Platão que o perfil retilíneo da estátua grega era geralmente considerado a face humana ideal. Um de seus vários triunfos era não se parecer com a face de um coelho, bode, macaco, sapo ou qualquer outro animal ignóbil. A beleza significava não parecer com um animal. Para Hegel, um filósofo do século XVIII, o perfil grego, longe de ser uma forma externa e acidental, é a encarnação da idéia de beleza em si. Também no século XVIII, o artista e anatomista holandês Petrus Camper, inventou um mecanismo de medida dos ângulos faciais do perfil.

“Mediu a face horizontalmente da orelha ao lábio, e verticalmente do ponto mais saliente da testa ao mais saliente do lábio superior. A interseção desses pontos era o ângulo facial. O ângulo facial de Camper se tornou o primeiro sistema de medida amplamente utilizado para comparar crânios de raças diferentes. Mas a intenção de Camper foi tentar quantificar a beleza.” (Etcoff, 1999: 54)

Camper descobriu que as estátuas gregas antigas tinham ângulos faciais de 100 graus (perfis relativamente retilíneos), enquanto a maioria dos perfis humanos se classificava de 70 a 90 graus. Como macacos, cachorros e outros animais têm ângulos faciais menores que os humanos e as estátuas gregas apresentam ângulos ligeiramente maiores, Camper achou que encontrara o ângulo da beleza. As estátuas gregas foram assumidas, então, como aquelas que representavam o ideal de beleza.

“Medindo os crânios de raças diferentes, descobriu que os ângulos faciais aumentavam dos orangotangos e macacos aos negros africanos, aos orientais, aos europeus e, finalmente, à estátua grega, tornando o homem europeu o mais próximo da beleza ideal e o homem negro o mais distante.” (Etcoff, 1999: 55)

Constata-se que, a partir de tais analogias e comparações, os homens europeus propuseram a idéia de que as mulheres e os homens europeus eram os humanos mais belos. Como o seu ângulo facial aproximava-se do ângulo dos deuses gregos, o mesmo era válido para seu caráter e inteligência, justificando a superioridade cultural e racial dos europeus sobre os outros povos.

Atualmente, das passarelas, das maiores grifes à publicidade, as personalidades negras estão em toda parte. Vemos modelos como “Iman” (ver fig. 38), “Chiara”, a brasileira “Cris Ribeiro” (ver fig. 39) e “Alek Wek” (ver fig. 40), que estourou no mundo das passarelas em 1997. Alek Wek,²⁷ nascida na tribo de Dinka no sul do Sudão, tem cabelos curtíssimos, crespos, corpo musculoso, torso estreito, quase 1,80m de altura, pernas extremamente longas, pele negra azulada, nariz largo e lábios grossos. Dizem os estilistas, uma beleza autêntica, bem diferente das super *top models* negras “Naomi Campbell” (ver fig. 41) ou “Tyra Banks”, que se tornaram musas atrás de lentes de contato azuis e plásticas para arrebatar o nariz. Como se para agradar tivessem que se parecer com as brancas. Com Alek, “aceita-se” a beleza negra tal como ela é. O resultado dessa mudança de comportamento foi vista na *saïson* de desfiles parisienses de 1997/98. Porém, será que o sucesso de Alek não está intrinsecamente ligado ao que se chama de corpo e rosto exóticos? A moda vive e sobrevive de inventar e reinventar o novo, o exótico, de reinventar também o velho, e as modelos escolhidas e pagas para “carregarem” no seu corpo as grandes coleções, os novos *looks* desenhados pelos maiores estilistas, devem “combinar” com aquilo que é colocado como moda, estilo do momento. Apesar da forma alta e esbelta de seu corpo, correspondendo às proporções exatas do ideal de corpo atual, Alek surgiu nas passarelas exatamente quando o *look* negro e/ou africano estava na moda, isso, em meados de 1997. “Quando explodiu no final de 97, Alek passou a ser presença obrigatória em todas as passarelas internacionais e muitas campanhas publicitárias. Mas fez poucas capas de revistas proporcionalmente ao seu sucesso. No Brasil, a própria *Ellus*²⁸ sentiu o preconceito. A mesma empresa que havia cedido um Mercedes para a Top Model Kate Moss, no último *Morumbi Fashion*, simplesmente deixou de atender o telefone depois de saber quem era Alek e muitas revistas se recusaram a fotografá-la para capa. “Alegaram que ela não é o tipo de beleza de seus leitores”, afirma Marcelo Sabá, gerente de comunicações da *Ellus*. Isso num país como o Brasil onde 70 milhões de habitantes são descendentes de africanos, o que corresponde a 42% da população (5,7% de negros e 39,5% de pardos)”.²⁹

²⁷ Alek Wek. Ver *Elle*, nº 2, fevereiro de 1998. CAVALCANTI, Maria Luíza (responsável pela reportagem). “*Black is Beautiful*”: as belezas africanas triunfam nas passarelas, na publicidade e no cinema. Será mais uma estratégia de *marketing* ou o início de uma nova integração? São Paulo: Abril, fevereiro de 1998. p. 43.

²⁸ Marca famosa de roupas e/ou acessórios.

²⁹ Site: <<http://www.estado.com.br/edicao/pano/00/26/ca2722.html>>, acessado no dia 17 de jan. de 2001.

Atualmente, onde está Alek? Continua fotografando para editoriais de moda mas, as grandes beldades do mundo da moda e as capas da grande maioria das revistas ainda continuam sendo de mulheres brancas, de nariz arrebitado e cabelo liso ou levemente ondulado. As modelos que recebem os maiores cachês ainda são as brancas.³⁰

Etcoff (1999) mostra que a versão da revista *Elle* distribuída na China e no Tibet tem modelos asiáticos, mas na capa os modelos são brancos. Na maioria das capas das revistas brasileiras, nos anúncios e reportagens de moda, observadas por nós, vemos rostos brancos sorrindo nas capas.

“Julgamentos de beleza são barômetros sensíveis do status social. Em todos os países, o grupo economicamente dominante apresenta suas próprias características étnicas como padrão de beleza, e na imitação natural do que domina, outros grupos tendem a seguir o grupo de vanguarda. As preferências universais subsistem para a pele clara, o cabelo liso e lustroso, lábios grossos e assim por diante”. (Etcoff, 1999: 138)

É verdade que a percepção de um mercado consumidor latente e de um público desvalorizado pela mídia convencional fez surgir dezenas de revistas para os negros mundo afora. No Brasil temos a revista “Raça Brasil” lançada em 1996. Resta saber se a onda “*black is beautiful*” é um simples fenômeno de moda ou veio para ficar. Porém, será que essa suposta aceitação de diversidade racial existe apenas no mundo da moda ou, cotidianamente, os atributos físicos dos negros desagradam os olhos das pessoas?

Etcoff (1999) salienta que atualmente a maioria das pessoas no mundo é morena. Por que modelos de pele clara enfeitam as revistas no Brasil e no resto do mundo? Será que é porque os negros são considerados feios? A referida autora explica esse fenômeno no Brasil, remontando a desigualdade radical entre portugueses que chegaram em 1500 e a população indígena nativa, que eles conquistaram, e os africanos, muitos deles levados como escravos para as plantações de açúcar.

“Quatro séculos depois, somente 40% da população do Brasil são brancos, mas permanecem sendo os ricos e poderosos.” (Etcoff, 1999: 139)

Nos referindo ao Mororó, percebemos que quase não existem pessoas negras ou pessoas com características faciais dos negros (das nossas entrevistadas, apenas uma –

³⁰ Sabemos que a *top model* mais famosa e requisitada na atualidade é a brasileira Gisele Bündcher. Porém, as revistas de moda e beleza já estão apontando uma nova modelo que, provavelmente, substituirá a Gisele Bündcher a partir de 2001: é a catarinense – de Joinville – Ana Cláudia Michels, de 19 anos,

Naka, 14 anos – possui traços negróides. Ver foto 07). A comunidade é formada, geralmente, por pessoas de pele, olhos e cabelos claros, ou mestiços, de pele morena clara, possuindo uma fisionomia parecida com os indígenas. (ver fotos 08 e 09)

A ligação dos traços negróides à feiúra, presentes em vários discursos, proporcionou a construção de um sub-item, onde tentaremos problematizá-la.

1.3.1- Lábios Grossos, Cabelos Crespos e Nariz Largo: “é feio demais”.

Vimos que o rosto ideal, pelo menos o rosto feminino, defendido pelas mulheres do Mororó, é aquele “afilado”, nariz arrebitado, pequeno, boca pequena, rosto delicado, cabelos, principalmente, lisos e longos, etc. Primeiramente, não estamos excluindo a possibilidade do negro, ou dos tipos que dizem pertencer a raça negra, ser feio. Como já foi dito, da mesma maneira que a beleza é uma construção social, a feiúra também é. O feio é aquele que está fora dos padrões de beleza difundidos socialmente. É aquele que não tem o rosto, os cabelos, o corpo, a pele, etc., considerados, pelo menos, ideais.

Mesmo tentando, digamos, ser cordial, dizendo que não possui preconceito, o discurso da entrevistada Telma, revela uma certa dificuldade, encontrada pela mesma, em sentir atração por um homem negro. O dito revela um preconceito que preferia manter-se oculto. Ela nega o preconceito, inspirado, supomos, no desejo de não demonstrar que é preconceituosa. No depoimento de Eugênia, mais uma vez, o negro é colocado enquanto distante da beleza.

“Eu num tenho preconceito, eu nunca namorei com nêgo não mai, sei lá, num tenho preconceito não, mai eu acho que não namoraria não, sei não, só se eu gostasse muito, muito, muito mermo. Mais eu acho que é muito difícil. Assim, uma pessoa negra acho que num me atrai não. Não sei! Que é difícil ter uma pessoa negra bunita, é isso aí, eu acho”. (Telma – 23 anos, solteira)

“Nêgo, nêgo, nêgo, num conheço nenhum bunito não. É difícil num é, achá um nêgo de verdade bunito”. (Eugênia – 18 anos, solteira)

Percebemos, em alguns discursos colhidos por nós no Mororó (23,6%), que a cor da pele da pessoa, em alguns depoimentos, não influi no fato de achar ou não uma

1,80m de altura, 1,08m apenas de pernas, seios grandes, magérrima, loira, cabelos compridos e lisos, olhos claros, etc.

pessoa bonita. Do mesmo modo que um negro ou um moreno podem ser feios, o branco também pode. Não é a cor da pele que está sendo avaliada no momento de achar alguém bonito ou não:

“Eu não sou racista, eu num sei se é porque a sociedade já impõem, se a gente já nasce assim, dos pais da gente, de outras pessoas né? Mais eu não acho, eu acho que tem muitos morenos que são muito mais bunitos do que certos brancos e, mai também tem moreno, tem muito branco feio, assim, feio, é, na força de expressão, porque como já falei, não existe ninguém feio”. (Adriana – 24 anos, solteira)

“Isso aí eu num importo cor. Tanto faz ser moreno, branco, craro. Tudo pra mim é peifeito, peifeito. Pruque se for um neguinho da cor de quê, dessa televisão e sendo bunito num importa. Quer dizer que ele pode ser nêgo e sendo bunito, num importa. Mai rapai, ele é nêgo mai é bunito, isso aí num importa a cor não sabe, pra ser bunito”. (Fada – 38 anos, casada)

Contrariando as feições colocadas como bonitas – como por exemplo, nariz afilado –, no discurso de Marisa as características físicas associadas as pessoas consideradas negras são tidas como feias. Cabelo crespo, “duro”, nariz chato, “largo”, boca “beijuda”, torna uma pessoa feia. O negro pode ser bonito, desde que tenha a face delicada, o nariz afilado, a boca pequena, cabelo liso, ou seja, desde que se pareça mais com o ideal branco.

“Os da televisão, que sai na televisão são tudim fei. Sei lá, tem uns que é o cabelo que parece num sei o quê, todo enroladim, duro, tem os olho bem fechadim demai, o nariz bem assim, sei lá, largão demai, a boca meia grande, beijudo, grosso, né? Tem umas características do nêgo que é bunita, quâno, quâno, assim, pode sê negro mai as feição é delicadinha, de gente assim como a gente, sabe? Como Xandy (fig. 29), ele é nêgo mai é bunito. Assim, nêgo bunito tem boca piquena, nariz afileadim, cabelo lisim, só. Claudinho e Buchecha (fig. 42), é, Pepê e Nenén (fig. 43), Ave Maria, são feinha demai, demais memo. Tem uns jogadô que são fei também mai num lembro muito não o nome deles, é, os doi Ronaldinho (ver fig. 44), são fei, Va..., Va..., como é o nome, Vampeta (ver fig. 45) é horrive, pronto, num lembro de mai não”. (Marisa – 17 anos, solteira)

A opinião sobre as características físicas do ator Luciano Quirino (ver fig. 46), a personagem Laerte da novela “Laços de Família” – esta apresentada na Rede Globo até

o mês de fevereiro de 2001 –, revela, mais uma vez, o preconceito em relação à certos traços físicos negróides. Vejamos que não é a cor da pele que está em questão, mas uma fisionomia contrária ao semblante considerado ideal pelas mulheres do Mororó. Ideal este, construído a partir da subjetivação do padrão de beleza europeu, divulgado pelos meios de comunicação de massa. O cantor Alexandre Pires (ver fig. 47), mostrado pela mídia como sendo um homem bonito e sensual, foi também considerado feio por algumas entrevistadas.

“Purque tem gente que é negro e é bunito, num é? Num me lembro de ninguém negro, oh meu Deus, que eu acho bunito, nem de uma novela sequer. A cor dele (do ator Luciano Quirino), eu num acho feio não, mai ele eu num acho ele bunito não. Eu acho que ele tem o nariz muito chato, ele num tem a boca bunita, purque ele tem os lábio grosso, num é? E o cabelo dele também num é bunito, é rim, num é?” (Samanta – 30 anos, casada)

“Assim, depende, assim, purque tem negro que é bunito agora tem branco que é feio também. Se o negro for bunito ele é bunito e a cor da pele dele num vai influenciar em nada. Um negro bunito seria, é difícil dizê, assim, tendo as feição bunita, o rosto ajeitadim, afileadim, entende?(sobre o ator Luciano Quirino): não, pronto, ele poderia ser branco que ainda não seria bunito purque ele, eu num acho ele bunito, mais num é dependêno da cor dele não. Ele tem assim, eu acho a boca dele muito grande, beirão, eu num acho bunito não, o nariz é feio, sei lá. Agora o corpo dele é muito bunito, eu acho o corpo dele muito bunito, agora de rosto não. Alexandre Pires – do grupo musical “Só pra Contrariar” – ele num é negro, mais, é quase negro num é? Ele deve ser negro, ele também eu num acho ele muito bunito não. As feição dele é feia, entende? Ôxênte mulhé, eu queria me lembrá de um nêgo bunito agora, mais agora num tô lembrada.” (Eva – 25 anos, casada)

Apenas uma depoente falou achar o ator Luciano Quirino, muito bonito e sensual, tanto de corpo quanto de rosto, resistindo, enfim, às regras de beleza defendidas pela maioria das mulheres do Mororó e ao padrão “branco” de beleza. O cantor Luís Carlos do grupo musical “Raça Negra”, também foi considerado um homem muito bonito, de acordo com a opinião desta mesma entrevistada. Assim, na reinvenção, cultural ou singular, da beleza, é possível resignificar o que é um rosto ou um corpo belo.

Porém, há sujeitos que, a partir da subjetivação dos ideais de tipos humanos, associam a cor da pele à feiúra. A pele escura, mais morena, já é um obstáculo, que impede de ver a beleza nas pessoas que possuem pele mais escura. No exemplo da depoente Raquel, vemos um discurso onde há associação da pele escura à feiúra.

“Morena crara, branco, é cor mai bunita do que negra. Morena crara, mai bem crarina mermo, da pele limpa é bunito e tem lôra também que é bunita, num seno queimada, é bunita, eu acho. Eu acho que tem nêgo... Nunca ví nêgo bunito não. Vejo nêgo é muito fei. Lá no Rio, fui lá no Rio de Janeiro, eles trata nêgo de crioulo, é fei, vixe, os olho de fogo, apertadim demai. É porque gente negro demai aí num tem nem, num sei nem dizê. É muito, muito fei. Aqui num tem não, aqui num tem esse povo não. Agora a gente vai pa o Rio eu sei que se você for pro Rio, aí tem muita gente fei, meu Jesus, preto, dos beirão pindurado, ôi piqueno, aquele nariz fei. Pode se arrumá, tem uns arrumado, mai é fei, num tem arrumação que ajeite, é fei, fei demai. Aqui tem nêgo, mai queimado do sol. Eu memo sou bem queimada (ver foto 10), quase negra também, mas nunca gostei do, daquela pele escura não. A feição é diferente do povo daqui. O povo é negro, queimado do sol, que, que, que já num é muito bunito gente preto demai, mai pelo meno a feição é delicadazinha, num é?” (Raquel – 50 anos, solteira)

Até as pessoas brancas bronzeadas ou, as pessoas que “são negras” a partir da exposição da pele aos raios solares, não são consideradas ideais de beleza. Pelo menos a feição “delicadazinha” dessas pessoas bronzeadas, minimiza a sua aparência e/ou cor da pele não ideal, deixando-a razoavelmente bonita. A referida entrevistada termina generalizando todos os tipos físicos dos negros, como se fossem todos iguais, todos feios. Nesse discurso não há chance do negro ser bonito. Antecipadamente, ele já é considerado feio. As suas características físicas são feias. Também percebemos a estranheza dessa entrevistada com o “povo negro”. Ela o vê como gente de outro mundo.

“Na trama das relações sociais, o branco, e o próprio negro, acabam por pensar e agir como se o negro possuísse outra cultura, outro modo de avaliar as relações dos homens entre si, com a natureza e o sobrenatural. Não é como o branco, é diferente, outro, estranho. Em geral, uma raça subalterna.” (Ianni, 1988: 72)

Essa estranheza do branco frente ao negro e vice-versa, termina estipulando defesas de particularidades. Termina criando uma definição geral, uma identidade geral

para o negro do mesmo jeito que cria um tipo físico para o negro, associando-o, em comparação com o tipo físico do branco, à feiúra. A identidade constrói traços genéricos que tende a se tornar definição para todos os modelos que a atravessam. Por perceber os negros dentro de suas características físicas particulares – a pele mais escura, por exemplo – a depoente Raquel neutraliza todas as diferenças físicas que há entre os negros, que pode torná-lo feio ou não. O negro é representado como sendo feio, imperfeito. Dessa forma, não há possibilidade do negro ser bonito. Não há possibilidade do diferente, do fora da norma, ser bonito. A norma, nesse caso, é o ideal branco.

O curioso foi a ligação, num discurso, entre um homem negro e o macaco. O negro próximo da animalidade e não do homem. A cor negra como sendo não humana. É o rebaixamento, na escala humana, dos negros; depreciação do negro. Aí está o racismo revelado. Racismo como desumanização e/ou negação da humanidade do outro. Sabemos que tal discurso denota preconceito contra o negro, a partir da repetição de uma frase popular muito dita: “o negro veio do macaco.”

“Pelé é feio, eu também não acho ele bunito. Pelé é como diz, o povo diz que a gente veio do macaco né, só que num foi. Eu acho ele mei parecido, assim, acho que é o rosto dele, a cor, que eu num gosto muito não”. (Ilza – 19 anos, solteira)

Pelo fato de termos constatado – nos discursos das mulheres do Mororó – uma ligação dos traços fisionômicos negróides à feiúra (cabelos encarapinhados, nariz chato, pele escura e os lábios muito espessos), concluímos que as depoentes introjetaram o fenótipo europóide (rosto afilado, nariz fino, olhos claros, cabelos lisos e finos, etc.) como cânone de beleza. Evidenciamos, portanto, que formas de dizibilidade e visibilidade da beleza e feiúra, divulgadas socialmente, elegeram enquanto ideal predominante de beleza, o tipo branco. Esse cânone branco geralmente impera nas subjetividades das mulheres do Mororó, no momento de definirem como é um corpo belo e um corpo feio.



Fig. 38



Fig. 39



Fig. 41



Fig. 42



Fig. 40



Fig. 43



Fig. 44



Fig. 47



Fig. 45



Fig. 46



Foto 08 (moradores do Mororó)



Foto 07



Foto 09



Foto 10

1.3- Vantagens e desvantagens de ser belo.

Sustentamos que feiúra e beleza são fenômenos, construções sociais, que regulam as atividades nas relações humanas. Penna (1989) enfatiza que a excitação sexual derivada da beleza deve ser relacionada com as variáveis culturais e sociológicas da imagem do corpo padronizado humano.

Nesse item, então, nosso interesse é perceber a valorização da beleza física segundo critérios estabelecidos pelas depoentes. Nossas reflexões são: para que serve a beleza? É vantajoso ser belo ou não? Existem outras qualidades mais importantes do que ser bonito?

A respeito da vantagem de ser bonita, verifica-se, no depoimento de Marisa, que a imagem física, a boa aparência, são considerados requisitos básicos para a feminilidade e uma fonte real do poder social das mulheres: o poder para atrair atenção, influenciar pessoas e atingir objetivos. No seu discurso, Marisa expõe a “hiper” vantagem que uma suposta mulher bonita tem na sociedade. Parece que a mulher bela tem o mundo aos seus pés. Vê-se a beleza como bem de capital, já que esta pode proporcionar acesso à determinadas profissões como a de modelo, atriz, etc.

“Acho que a beleza é vantagem pras mulé porque elas fica se exibindo aí os povo olha pa ela, fica dizem aquela pessoa ali é tão bunita, ela tem mai namorado, se, se quizé, ela tem tudo, tudo, tudo, se ela for bunita. Consegue tudim mai fácil. Pode ser artista, disfilá, namorá com hôme muito bunito também, consegue dinhêro, num é não? Eu memo queria ser muito bunita. Ôxe mulhé, pras povo olhá pa eu e dizê “vixe que mulhé bunita” e pras outra coisa também. Pa ganhá dinheiro e tê o namorado que eu quisesse”. (Marisa – 17 anos, solteira)

A beleza faz diferença, desperta atenção, afeição, promoções. Facilita o acesso ao emprego, tanto para o homem quanto para a mulher. Porém, uma depoente – Assunção – defendeu que a beleza é mais importante para a mulher do que para o homem no momento de ambos os sexos buscarem emprego. Desse modo, entre um homem inteligente e um bonito, o inteligente ficará no emprego. Porém, entre a mulher bonita e a inteligente, o emprego será reservado para a bonita.

“Porque hoje em dia até pra se ter emprego se não for bunita é difícil, é muito difícil. Infelizmente nesse Brasil é isso memo. Se a mulé num for bunita, num for, se num

tiver uma beleza ela tá descartada até de emprego. Infelizmente uma verdade é essa”. (Bia – 51 anos, desquitada)

“Porque a mulé quano ela é bunita ela tem mais valor. É, porque assim, sempre quâno uma mulé bunita vai procurá um emprego ela tem mai chance, facilidade de arrumá e eu acho que em tudo ela tem mai facilidade. As vei até umas mai, mai sabida e outra mai bunita fica no emprego. O hôme bunito é do mermo jeito da mulhé bunita. Ele tem mai facilidade de arrumá..., de conseguí aquilo que ele quer. Mai acho eu, que se um feio for mai inteligente, sabido, tiver mai curso, acho que ele fica no emprego se o bunito for mai burrim. No caso da mulhé fica a mai bunita”. (Assunção – 16 anos, solteira)

Esse discurso é fundado na idéia de que a beleza deve ser uma exigência mais para as mulheres do que para os homens. Assunção comentou que amigos que ela considera “feios” se acham no direito de avaliar a aparência feminina:

“Eles são tudo fei e mermo assim vive dizem que fulana é feia, a outra é também feia, apontâno defeito nas menina. Eles num vê que eles são fei também não? Muito mai fei do que as minina que eles vive dizêno que são feia? Pur isso que eu acho que a bunita na mulhé é muito mai importante.” (Assunção – 16 anos, solteira)

Os homens costumam julgar a aparência das mulheres, considerando-as bonitas ou não, mesmo que não sejam esteticamente bonitos, porque, como já foi colocado, ser belo é mais uma exigência para a mulher do que para o homem.

O que verificamos nos próximos discursos é a manifestação de sentimentos de inveja de algumas mulheres em relação às mais bonitas.

“Eu me considero muito bunita e, como eu tava falano de inveja, tem minina, lá no Colégio em Barra de Santana, que sei que tem inveja de mim, sabe? Inveja, eu acho assim, porque os mininos me acha bunita, me paparica. As pessoa dí que eu sou bunita e elas, essas minina, vive inventano coisa de mim, até já dissero que eu só queria ser merda, que era besta e essas coisa toda”. (Eugênia – 18 anos, solteira)

“Tem umas mulhé que quâno ver uma mulhé bunita ai fica “ah meu Deus, oh aquela mulhé como é bunita, ah se eu fosse daquele jeito, ah se eu se vistisse daquele jeito, ah se eu fosse como ela”, e as veze dá até inveja nas que não são bunita, sabe? Inveja assim, de acabá com as bunita

dizêno que elas num são bunita mermo, inventâno coisa dela, essas coisa toda". (Fernanda – 29 anos, solteira)

"Tem minina que tem inveja de uma amiga minha, que ela é muito bunita, sabe? A gente vê essas coisa toda de inveja, despeito". (Eugênia – 18 anos, solteira)

Muitas mulheres se sentem como se estivessem competindo com as outras no que diz respeito à beleza. O sentimento de inveja é uma evidência dessa competição. Talvez a beleza da outra seja desconfortável e/ou constrangedora para aquelas que não chamam tanto atenção. Supomos, também, que a beleza, nesses exemplos, é considerada mais importante do que outros atributos como inteligência, simpatia, companheirismo, etc., isso, porque os estereótipos de beleza feminina funcionam no sentido das mulheres quererem encarnar a beleza e os homens desejarem mulheres que a encarnem. Nesse sentido, atribuem-se valor às mulheres de acordo com o ideal de beleza construído socialmente, fazendo com que ocorra uma competição entre as mesmas de forma antinatural.

A beleza física dá prazer aos sentidos. Uma pessoa bonita é agradável aos olhos. É uma qualidade que atrai a atenção das outras pessoas. Segundo o depoimento de Rute, há uma acentuada valorização, por parte dos homens, da beleza feminina.

"Eu acho que os homens fica mai abestalhado quâno ver uma mulhé bunita. É craro que é os homens. Purque eu acho que os homens gosta mais de olhá as mulheres bunitas, tanto é que as mulheres quere ficá bunita pros hôme, num é assim não? Pra eles ficaro olhâno pra elas. Quâno um hôme vê uma mulhé bunita ele fica doidim." (Rute – 27 anos, casada)

A feiúra, ao contrário da beleza, é quase um defeito do sujeito. Mulher feia os homens não querem nem saber dela. No discurso das depoentes, mulher feia sofre preconceito e corre o risco de ficar sem marido. De acordo com o pensamento das mesmas, entre a mulher "direita" e a bonita, os homens preferem uma que seja mais bonita. Esse tipo de idéia foi comentado entre 50,9% das depoentes. No caso de Magna supomos que no tempo em que era mais jovem, ou seja, mais ou menos há trinta anos atrás, os homens escolhiam suas esposas, principalmente, a partir de suas qualidades morais, como ser sincera, fiel, boa dona de casa, etc., e não apenas pela aparência física.

"Hoje em dia, se a moça é bunita, se anda mostrâno o corpo eles quere logo. Veja bem, aqui que é sitio, num é, é assim. As moças de família, direitinha, num casa mai não,

pode perguntar aqui pa você ver se eu num tô dizêno a verdade". (Magna – 47 anos, casada)

"As pessoa se agradam mais das pessoas que tem boa aparência, que é mai bunito. Os hômes num valoriza as mulhé não. Só as muito bunita demai. Ai, os hômes, porque eles ficam "ah! Que mulhé bunita, eu queria ela pra mim", um montão de coisa, "é linda demais", e deixa as outra que são mais ou menos lá embaixo, diz até que são "canhão", feia demai, sabe?" (Assunção – 16 anos, solteira)

Para Jane, o homem deseja conquistar uma mulher bonita como quem consegue um grande prêmio, para obter status social, para se sobrepor aos outros homens. A mulher é tida como um fantoche, um objeto, símbolo do poder de conquista do homem. Entretanto, ela não fez comentários a respeito de mulheres, geralmente independentes financeiramente, que podem se relacionar com homens, quase sempre jovens e belos, "tratando-os", também, como "objetos". Esse tipo de relação é possível pelo fato das mulheres terem conquistado seu espaço no meio público, sua independência econômica, passando a exigir, ainda, homens bonitos e não provedores.

"Ah os hômes, os hômes sempre quâno ver uma mulhé bunita ai eles começa a fofocar "ai que mulhé linda, vâmo vê quem vai ganhar ela". Eles gosta de se amostrá com uma mulhé bunita, se amostrá pros amigos, dizê que ganhou uma mulhé bunita e coisa e tal". (Jane – 22 anos, casada)

No depoimento de Fada há uma associação da mulher a um objeto sexual, dependente, que precisa apenas ser bonita – e não de independência financeira, trabalho, estudo, sensualidade, inteligência, etc. – para arrumar homem rico e casar-se com ele.

"Acontece que o hôme sêno fei e a pessoa gostá daquele hôme sêno fei, é mai importante do que a buniteza pro hôme. Mai pra uma mulhé sempre ela sendo bunita é mai importante. A buniteza da mulhé é a sua riqueza. A riqueza do hôme é ser direitinho, tendo dinheiro, ser trabalhadô. A riqueza da mulhé é ser bunita pra casá com hôme rico". (Fada – 38 anos, casada)

O homem para conseguir mulher bonita não precisa ser bonito e sim ter dinheiro. É a famosa união entre o homem enquanto único provedor da casa e a mulher boneca,

dependente do marido, enfeite de casa. Nesse tipo de relação homem/mulher, verifica-se a naturalização dos papéis de gênero estabelecidos socialmente.³¹

No testemunho de Sade, por exemplo, constatamos que o homem provedor, e não o bonito, foi escolhido para casar. A beleza do homem era prioritária apenas para namorar. Mas, para casar, a beleza não foi fundamental. O papel de provedor contou mais do que a aparência do marido, considerado feio.

“Os homens ser bonito, se é vantajoso? É, claro que é. Eu mermo, quâno era solteira, olhava pros homens só se fosse bonito. Namorava só os bonito. Se ele fosse feio eu num queria não. Agora meu marido eu num acho ele bonito não. É até 20 anos mais velho do que eu. Quâno eu comecei a namorá com ele gostava dele, do jeito dele, ele ser sincero, carinho, era importante, hôme responsave, trabalhador, que eu sabia que podia contar com ele, que ele num ia deixá faltá nada pra mim não. Mais que eu achava ele bonito, não”. (Sade – 21 anos, casada)

Finalmente, a partir dos discursos, foi possível detectar a importância da beleza estética, bem como cada gênero se aproveita dela, seja negativamente ou positivamente. Papéis e comportamentos considerados femininos e masculinos, percebidos como sendo naturais, foram manifestados, também, nas entrevistas. Tais depoimentos revelam as imagens femininas e masculinas introjetadas pelas mulheres do Mororó. Como exemplos, percebemos nos discursos que a exigência da beleza é mais importante para as mulheres do que para os homens. Nesse sentido, dentro da diferenciação dos estereótipos de gênero, a mulher possui o papel de sedutora. Há a introjeção de valores atribuídos à mulher-sedutora, que usa o corpo para despertar desejos, utilizando a beleza para exercer poder sobre os homens, conseguir namorados ou casamento e se sobrepôr às outras mulheres. Da mesma maneira foram subjetivados valores masculinos como o de provedor. Também a importância da beleza deve-se ao fato desta proporcionar maiores chances no mercado de trabalho, principalmente para as mulheres.

Independentemente da idade, quase todas as depoentes consideraram a beleza interior – as qualidades morais, as virtudes de uma pessoa – como sendo mais importante do que a beleza corporal. Como não existe, geralmente, mulheres no Mororó

³¹ Esse ideal de moça bonita juntamente com marido rico não é tão recente: Maluf e Mott (1998), se reportando ao ano de 1915, comenta que a revista feminina *Cigarra* lançou uma disputa – o melhor partido para o casamento – e submeteu alguns nomes da cidade à apreciação de suas leitoras. “O eleito foi o engenheiro Guilherme Dumont Villares. Uma das leitoras anônimas o considerou um ótimo partido porque, além de “feio” não tem elegância e não é namorador. É trabalhador e rico. O ideal para uma moça deve ser um marido feio e rico”. (Maluff e Mott, 1998: 397)

que encarnem o ideal de mulher bonita defendido pelas entrevistadas, elas mesmas não estão dentro desse ideal, defender a “beleza interior”, acreditamos, é resguardar o que elas têm de mais importante enquanto seres humanos. É uma forma de manter a auto-estima, uma vez que, como mostraremos no capítulo II, a maioria delas não estão satisfeitas com o próprio corpo. Assim, elas defendem aquilo que elas acreditam possuir, ou seja: a “beleza interior”, a inteligência, o papel social de mãe, de esposa, a capacidade de ser fiel, a coragem para trabalhar, etc. Isso fica mais evidente quando notamos que as poucas mulheres que se consideram bonitas valorizam mais a beleza física, achando-a mais importante do que a “beleza interior”.

No próximo capítulo, nosso interesse é analisar a auto-avaliação corporal das mulheres da zona rural. Nos perguntamos: quais as partes de seus corpos são amadas ou refutadas? As mudanças corporais ocorridas com a gravidez deixam seus corpos mais atraentes ou não? Elas se auto-avaliam comparando-se aos cânones de beleza feminina oferecidos por elas próprias?

Capítulo II

“A imagem que a pessoa tem de si mesmo é formada pela interrelação entre três informações distintas: imagem idealizada ou aquela que se deseja ter; imagem representada pela impressão de terceiros (informações externas); imagem objetiva ou a que a pessoa vê, olhando e sentindo seu próprio corpo.”

(Pontes, 2000: 24)³²

³² PONTES, Nair de Oliveira. **Exageros de beleza – uma visão psicossomática.** Revista *Viver*, São Paulo, ano VII, n. 88, p. 24-25, mai. 2000.

Capítulo II

A Auto-avaliação Corporal das Mulheres da Zona Rural: “espelho, espelho meu... Existe alguém mais bela ou mais feia do que eu?”

É evidente que tanto os homens quanto as mulheres prestam atenção as imagens do rosto e do corpo. Mulheres e homens vêem o rosto e o corpo considerados ideais por toda parte, porque os anunciantes precisam vender seus produtos num bombardeio generalizado de imagens que podem reduzir o amor próprio de quem olha essas imagens. A mídia tem o papel fundamental de disseminar os padrões de beleza, de interferir na produção de subjetividades.

Guatarri (1996), empenhando-se em explicar o papel da mídia, concebe a subjetividade como produção. A mídia, com sua cultura de massa, tem um papel de destaque em propagar essas subjetividades dominantes, ou, “capitalísticas”. Assim, uma das principais características dessa produção nas sociedades “capitalísticas” seria bloquear os processos de singularização, tornando os sujeitos parecidos uns com os outros.

Partindo da idéia de experiência de Foucault, colocamos que esse mundo externo, essas subjetividades, esses modelos dominantes, têm várias formas de ser experimentado, de ser experienciado. A relação que as pessoas mantêm com o mundo empírico, com o mundo das coisas, com os modelos, passa pela experiência. Cada experiência é uma experiência singular.

Entendendo que as experiências corporais devem ser buscadas dentro dos processos sociais e históricos, neste capítulo, procuraremos saber como as mulheres do Mororó, a partir de suas leituras dos códigos ou modelos de beleza, que são experienciados, reelaborados singularmente, se auto-avaliam corporalmente. O que mais agrada em seus corpos? O que as deixam mais feias?

1.1- Descrevendo o próprio corpo.

As pessoas estão completamente sem possibilidade de viver o próprio corpo como ele é; vivem num corpo que é dado pela imagem que vem via publicidade, via

televisão. A auto-imagem, positiva ou negativa, de uma mulher, é construída a partir de sua subjetivação e reaboração dessas imagens ideais de beleza física feminina e de sua relação social com as outras pessoas. Essa auto-imagem vai afetar o modo como são vistas pelos outros e, principalmente, por elas mesmas. Nas entrevistas, pedimos às mulheres³³ que fizessem uma auto-avaliação de seu próprio corpo, onde as partes do mesmo deveriam ser comentadas em termos de satisfação ou não.

“O corpo feminino ideal é uma abstração, um lugar-comum aprendido e incorporado. Certas regiões do corpo podem ficar mais sujeitas a críticas por se afastarem do ideal esperado, o qual é um produto do valor conferido pela sociedade às diferentes medidas do físico feminino.”
(Penna, 1989: 106)

Em toda sua entrevista percebemos que Célia é uma pessoa que não se deslumbra com a beleza física. Mesmo acreditando que a maioria das pessoas não a julgam bonita, isso porque diz passar despercebida nos lugares, se considera mais bonita do que as mulheres da televisão. Vemos uma pessoa que se julga satisfeita dentro de um corpo que, comparado aos padrões estéticos de beleza feminina, é considerado imperfeito.

“Eu me acho bonita, me acho, com certeza eu me acho, muito mais do que as mulheres que a gente vê aí, é, na televisão, que diz que é linda. Então pra mim, a mais bonita sou eu mesmo”. (Célia – 25 anos, divorciada)

Percebemos que Célia reluta contra os ideais de beleza, contra a representação da mulher esteticamente ideal, considerando-se bonita. É na relação consigo mesmo, que podemos resistir as regras de comportamentos e de condutas, aos modelos de como ser, particularmente, aos padrões de beleza. É no afeto de si para consigo, do poder de se afetar a si mesmo³⁴, que criamos nossas possibilidades de resistência, com o intuito de nos reinventarmos sempre, de acordo com os nossos próprios propósitos, atendendo nossos mais preciosos desejos. Acreditamos, também, que essa auto-avaliação corporal positiva deve-se ao fato de Célia valorizar mais a “beleza interior” do que a beleza física. Ela mesma comentou que sente muito orgulho de ser do jeito que é, ou seja, uma mulher batalhadora, honesta, boa mãe, etc. Como já evidenciamos em outro momento, as depoentes, muitas vezes, defendem e valorizam o que elas acreditam que possuem,

³³ Avisamos às mulheres que aparecem nas fotografias, que iríamos usar suas imagens no texto.

³⁴ O poder é também produtor de singularidade. É o poder de afetar a si mesmo. Ver: DELEUZE, Gilles. Foucault. Tradução de Claudia Sant'Anna Martins. São Paulo: Brasiliense, 1988.

seja interiormente – o que elas denominam de “beleza interior” –, como exteriormente – a beleza física.

A auto-avaliação física é fruto, também, daquilo que os outros dizem de nós. Afinal, somos efeito daquilo que as pessoas dizem de nós, do poder que as pessoas têm de nos afetar, de nossa relação com os outros. Daí, nos seguintes discursos, “*ai por isso que o povo falava que eu era bunita, ai eu me achava bunita*”; “*gostaria de mudá as perna, porque eu num gosto delas, porque os pessoal diz que elas são torta (...)*”; “*me acho bunita sim. Os povo, os rapaz dí que eu sou bunitinha. Me acho sim. Se num fosse bunita ninguém dizia, num é?(...)*”; “*(...)a parte do meu rosto eu não gostaria de mudá. Acho, e os povo também acha, ele bunito*”, constatamos a importância da opinião das outras pessoas no momento de avaliar o próprio corpo.

“Me acho bunita sim. Os povo, os rapaz dí que eu sou bunitinha. Me acho sim. Se num fosse bunita ninguém dizia, num é? Eu não mudaria nada em mim, nada. Eu não me acho linda, mai eu gosto de mim do jeito que eu sou. Como eu já falei, os povo me acha bunita então é porque eu sou bunita, num é?” (Geórgia (foto 11) – 15 anos, solteira)

“Eu acho eu bunita. Meu marido mermo, quando a gente namorava, dizia que eu era bunita, tinha o cabelo e as perna bunito. Eu acho que ele achava os cabelo bunito, num sei. Eu acho que era porque era grande, vice. Grande e lôro, era, e lôro”. (Rute (foto 12) – 27 anos, casada)

A partir da auto-avaliação feita pelas mulheres entrevistadas, verificamos que é nítida a subjetivação do ideal de beleza feminina a partir da exposição do que é desejável mudar ou não no corpo e no rosto de cada uma delas. Vimos a valorização dos pés pequenos, pernas grossas, nádegas grandes, cabelos lisos, barriga rígida, nariz e rosto afilado, seios pequenos, etc.

“Eu me acho feia demais. Quase tudo, dos pé até a cabeça. Queria que meu rosto fosse fino, as urelha num, fosse tão grande, a boca é muito grande, queria menorzinha, o nariz eu num acho muito feio não. É finim e arrebitado pelo menos. No corpo queria mudá as pernas porque são muito fina, queria assim, umas pernônas grossas, a bunda fosse maior, só. Num me acho gorda não, só um pouquinho, na barriga. Num queria ser mai gorda não, tá bom assim. Num tenho nada bunito. Só o nariz mermo.” (Leda (foto 13) – 32 anos, solteira)

“Eu queria mudá o cabelo pa ficá liso. É, peito não, só se fosse bumbum. Eu gosto do tamanho do meu peito, é mais ou memo, agora o bumbum é piquininim; quiria um pouquinho maiorzinho.” (Telma (foto 14) – 23 anos, solteira)

“Os seio queria piquininim. Eu mermo tenho os meu grane, mai num acho bunito não. Ave Maria, que peitão”. (Rute (foto 12) – 27 anos, casada)

“Me considero muito bunita. Meu pé, eu num gosto dele não, sei lá, eu acho meio exagerado, parece pé de hôme, muito grande. Mai é pra combiná com meu tamanho, num é? É, tiraria a barriga, queria mais firminha, que tá muito grande, acho que pronto. Acho bunita a minha cor, morena clara, os meus cabelos também gosto, os olhos, gosto do corpo. Meu rosto também, acho muito bunito. Gosto das minhas perna grossas. Antes não gostava muito não porque estava meio magra. Agora engordei aí tô gostâno mais. Peso 60 kg e tenho 1,70m, eu acho.” (Ilza (foto 06) – 19 anos, solteira)

“Gostaria de tirar um pouquinho da gordura dos seios e da barriga e colocá no bumbum. Ficá com o bumbum grande, gostoson..., sabe? O cabelo eu acho ele bunito do jeito que ele é, lisim. Os olhos, a boca, assim, a parte do meu rosto eu não gostaria de mudá. Acho, e os povo também acha, ele bunito.” (Assunção (foto 15) – 16 anos, solteira)

Percebemos que o que não faz parte da norma corporal – segundo os ideais estéticos femininos colocados pelas mulheres do Mororó – como barriga saliente, pele manchada, nariz largo, espinha no rosto, cabelo crespo, etc., são considerados inadequados no corpo. Olhos verdes, cabelos lisos e longos, lábios finos, pernas grossas, nádegas grandes, etc., são atributos físicos proporcionadores de orgulho pessoal porque adaptam-se ao modelo de beleza feminina que elas mesmas subjetivaram.

“No meu rosto eu não gostaria de mudá nadinha, mai no meu corpo sim. Gostaria de acabar com essa barriguinha que é muito grande. Meus olhos são verdes e lindos. Meus cabelos também, não gostaria de mudá não, porque eu acho eles bunitos, porque são longos, lisos.” (Morgana (foto 16) – 23 anos, casada)

“Mudaria a minha pele, os meus cabelo, porque eu num gosto. Assim, purque, é, a minha pele é manchada, sempre nasce espinha e o cabelo, o cabelo porque ele é cacheado. Queria mais liso. O corpo eu acho legal, os povo dí que eu

sou gostosa. A minha boca, os meu dente, meus olhos e no corpo, assim, no corpo, as perna, o bumbum. Porque as minhas perna são grossas e o bumbum é um pouquim maiorzinho.” (Clara (foto 17) – 21 anos, casada)

“Especialmente, eu queria mudá o meu cabelo, queria que ele fosse bem lisim porque ele é enrolado, ai meu Deus, queria mudá tanta coisa. Queria engordá, tenho 40 kg, queria ter uns 49 kg. No rosto queria ter uma aparência afiladinha, nariz finim, e mudá a cor dos meu olhos, Ave Maria. Queria preto. Meu olho é verde, num acho bunito, sei lá, parece olho de gato. Num acho bunito não. Num tenho nada em mim que acho bunito não.” (Marisa (foto 18) – 17 anos, solteira)

“Me considero bunita. Não gostaria de mudá nadinha. No meu corpo, meu Deus, eu me acho uma minina bunita, em mim, pronto, eu acho os meus cabelos bunitos, encaracolados, grande, é, êita, gosto das minhas perna, são grossinha, não é tão fina assim; gosto também dos meus seios porque são piquenos; gosto também do meu bumbum, acho o tamanho dele normal, é durim e arrebitado. No rosto eu acho minha boca, porque é piquena, lábios fininhos, não gosto de boca grande não.” (Eugênia – 18 anos, solteira)

Há quem não goste de ter um par de olhos verdes, como disse Marisa, diferentemente de muitas depoentes que se sentem orgulhosas de possuírem olhos claros ou que desejam tê-los, e há quem admire seus longos cabelos encaracolados, como Eugênia, contradizendo, também, o modelo ideal de cabelos, segundo a maioria das depoentes, que querem estes longos e lisos.

Nos discursos das mulheres do Mororó a gordura foi colocada enquanto algo que deixa o corpo da mulher mais feio. Percebemos que a gordura suscita reprovação, quando não aversão. A pessoa corpulenta não se aproxima dos estereótipos de beleza.

Nos discursos a seguir, vemos como as mulheres desprezam a gordura e seus efeitos “feios” no corpo.

“Eu sou peifeita viu? Olhe, gordura eu num gosto praque eu sou velhinha mai tenho um coipinho bunito, viu? Eu num gosto de muié gorda não, certo? Muito gorda não. Gente gorda eu num gosto”. (Fada – 38 anos, casada)

“É a gordura, acaba com a mulhé, celulite, gordura, banha, cai um bucadim aqui, cai outro bucadim ali, não, isso acaba com a mulhé mermo, realmente a gordura. Por

isso sou satisfeita comigo, magrinha ainda.” (Bia – 51 anos, desquitada)

No depoimento de Poliana a robustez do corpo é considerada como algo que a deixa feia. Vê-se a valorização do corpo magro (não magérrimo, como falamos no capítulo anterior, mas o corpo “nem gordo e nem magro”, como as depoentes denominam o corpo ideal). Ela comenta que, quando era mais jovem – a mais ou menos quatro décadas atrás – se achava feia, mesmo as pessoas dizendo que ela era bonita.³⁵

“Di os povo que eu era bunita, diz os povo. Eu num sei não, não, não me achava bunita não. Mai tem gente de fora que acha que eu era bunita, num era? Num sei. Eu era magra. Eu já fui tão magra quanto eu era uma mocinha nova. Era magrinha de, de..., e hoje tô uma lástima dessa, num é? É, quando é nova é magra e aí engordei demais, num é? É, tinha coisa mió e tinha coisa pió, num é, pa quem era maguinha achava mió”. (Poliana – 59 anos, desquitada)

Desnaturalizando o que é dado para nós como algo universal, fixo e verdadeiro, pois o que é dado é historicamente e socialmente construído, é importante mencionar que a própria idéia de magro e de gordo deve ser contextualizada. O que é considerado um corpo magro numa sociedade ou numa época, pode não ser em outra. As percepções de um corpo magro ou gordo passa até por diferenciações individuais, singulares. Esse questionamento vale também para a altura, tamanho dos seios e das nádegas, etc. Percebemos esse fato no depoimento de Silvia, onde a mesma diz que quando era jovem era e/ou sentia-se gorda.

“Nunca me achei bunita. Eu era gorda, quando eu era soltêra, eu era bem gorda, eu num era assim. Naquela época ninguém dizia nada, hoje ninguém quer ser gorda, mai naquela época ninguém tinha essas, como é que se diz, essas bestêra de num querê engordá, de querê ser uma moça, uma mulhé magrinha. E de fato que uma mulhé, muito magra não, muito gorda não, mai a mulhé carnuda é bunito e uma moça gorda, num é bunito. Mai naquela época ninguém ligava com isso. Eu era gordinha sim”. (Silvia – 67 anos, casada)

O fato era que as pessoas não falavam sobre – ou “percebiam” – o corpo gordo de Silvia. O que ela considera gordura hoje, talvez não era na época – mais ou menos na década de cinqüenta – em que a mesma era jovem. Supomos até que, talvez, ela mesma

³⁵ Supomos que para Poliana, o fato de ter um corpo magro, fazia as pessoas a considerarem bonita.

não se achava gorda quando era jovem. Acreditamos que o corpo gordo ou não está sendo avaliado por Sílvia a partir dos ideais de corpo, inclusive do que seja um corpo gordo ou magro, divulgados na atualidade.

Muitas das entrevistadas desejam possuir corpos mais magros. É importante focalizar que algumas mulheres, pelo menos a partir de nossas observações, são magras mas, mesmo assim, se enxergam como gordas. Enxergam o corpo como sendo gordo ou achando que possui um tipo de corpo inadequado. Encontramos mulheres de diferentes idades e/ou gerações desejando e enaltecendo à magreza. Uma delas preferia até possuir pernas bem “magrinhas” no lugar de pernas grossas.

“Toda vida eu gostei de gente magro, toda vida achei bunito uma pessoa magra, que todas rôpa assenta e gente gorda é aquilo com um monte de, de coisa pindurado, é fei. Eu queria ser maguinha, sabe?” (Dalva (foto 19) – 75 anos, casada)

“Minha filha, pa falá a verdade eu mudava tudo encima de mim, tudo, tudo, tudo. Eu num tenho nada encima de mim que eu goste, num tem nadinha. Agora as pessoas olha pa mim e di “mai tu tem umas perna bunita, grossa, vixe tuas perna é bunita”, mai eu num acho, eu queria que elas fosse bem fininha, quem um graveto. Sem ser por doença, né, porque Deus me livre a pessoa doente, é melhor ser gorda e ter saúde de que..., Deus me livre, mai as pessoa acha minhas perna bunita vice. As mulé memo, mais eu acho, eu tenho um desgosto porque eu sou gorda. Eu queria que eu fosse bem magrinha, tu já pensasse? Eu tirava meus seio, queria bem piquininim, que num tenha nem o sinal. Tenho vontade de tirá os meu, sabe?” (Eliana – 38 anos, divorciada)

“Eu quero ser mai magra um pouco, né?” (Lucrécia – 61 anos, casada)

“Acho que tô mais ou memo gorda, queria emagrecer um pouquinho. A última vez que me pesei tinha 54 kg, acho que engordei mais. Queria ser um pouco magra, uns 45kg, 48kg, só. O bumbum, acho que num precisa de mais não.” (Rasana (foto 13) – 29 anos, solteira)

“O corpo tá um pouco fora de peso. Estou me achando gorda. Tenho 50 kg e 1,61, me acho gorda. Queria ter uns 45 kg.” (Dara (foto 20) – 13 anos, solteira)

Na maioria dos discursos das mulheres de mais idade, vimos uma associação da gordura enquanto algo que prejudica à saúde e à beleza.³⁶

“A pessoa gorda num tem saúde não. Gordura num é bom pra nada, viu? Deixa a pessoa feia.” (Elisa, 56 anos, casada)

Constatamos que as mulheres mais jovens, de menos de quarenta anos, falaram mais livremente sobre seus corpos, avaliando-os mais detalhadamente, algo que não ocorreu com as mulheres de mais idade. Estas, julgavam seus corpos falando mais a respeito dele ser saudável ou não. A prioridade era comentá-lo em termos de saúde e, por isso, as que se consideravam acima do peso, almejavam ser mais magras, portanto, mais saudáveis, já que a gordura é vinculada a falta de saúde. Acreditamos que essa ligação do corpo gordo à falta de saúde deve-se ao fato das constantes divulgações de reportagens que saem na mídia, aconselhando a busca do corpo magro como alvo de investimento na saúde física. Presumimos que essa inquietação com o corpo saudável e não com a beleza do mesmo deve-se, efetivamente, a preocupação com os efeitos do passar dos anos, com a velhice. A aproximação da velhice ou o fato de já estar na terceira idade, prioriza a preocupação com a saúde do corpo, já que esta, supostamente, torna possível mais anos de vida.

Segundo a autora Wolf (1992), clinicamente, o excesso de peso é muito mais perigoso para os homens do que para as mulheres. Na realidade, são pouquíssimas as provas que corroboram a alegação de que a gordura prejudica a saúde das mulheres. De acordo com a referida autora, os resultados de estudos recentes indicam que as mulheres podem de fato viver mais e ter mais saúde em geral se pesarem entre dez, quinze e vinte por cento acima do peso considerado normal. Para Wolf (1992), a gordura do corpo da mulher, até um certo ponto, não é prejudicial a saúde. No entanto, muitas mulheres sentem culpa e/ou vergonha em relação à gordura, considerando-a, também, lesiva a saúde.

É evidente que o corpo considerado gordo pelas depoentes, talvez não fosse notado como tal em outras épocas, já que os limites entre um corpo gordo e um corpo magro são construções sociais que variam de acordo com a sociedade, a época e até localmente.

³⁶ Por trás de um corpo magro, supostamente mais saudável e belo do que o corpo gordo, pode estar a doença – a anorexia nervosa, quando, na obsessão de emagrecer, a pessoa deixa de comer – e a desnutrição.

Um fato interessante é o valor estético que Rute concede à dentadura. Enquanto o discurso dominante da saúde e estética bucal difunde a importância da preservação dos dentes naturais, Rute só não extraiu todos os dentes, substituindo-os por uma dentadura, porque as agentes de saúde conseguiram, talvez momentaneamente, convencê-la do contrário, ou seja: conservar os seus dentes naturais, que observamos estarem em perfeito estado de conservação

“Eu tenho vontade de extrai os dente e butá chapra, dentadura, sabe? Eu tenho vontade mai eu tenho medo de num me acostumá com chapra, mais o povo diz que é tão simple, é, né? Mai chapra num é mai bunito do que dente de verdade, num é? Os dentim tudo branquim, igualzim, sei não, vice.” (Rute (foto 12) – 27 anos, casada)

Percebemos, em alguns momentos, quando pedimos às mulheres para avaliarem esteticamente seus corpos, que estas aproveitaram tal ocasião para afirmar ou negar o valor concedido à beleza corporal. Pelo menos, para algumas mulheres que trabalham na roça e/ou em outras atividades, como ser dona de casa, comerciante, fabricante de queijos, por exemplo, o corpo é importante enquanto meio de produção. É verdade que as mulheres do Mororó, que trabalham arduamente em casa e/ou na roça, precisam de muita energia física para suportar as pesadas tarefas. Em alguns discursos, principalmente das mulheres que trabalham na agricultura, percebemos algumas depoentes ligando o corpo da mulher ao sofrimento e à produção. Há uma desvalorização significativa do trabalho na roça, já que este não dá lucro. Assim, um outro trabalho, um “emprego”, dinheiro, é muito mais importante do que ser bela. A beleza feminina, nesse caso, não é vista como um bem de capital, que pode gerar dinheiro.

“Acho que tem outras coisa mais importante do que a gente tá bunita aqui, num é? A vida daqui é só trabalhá, num é? Acho que era ter dinheiro pra trabalhá menos, porque aqui a vida é muito sofridôra das mulhé. Porque o trabalho que a pessoa trabalha aqui, butano água, trabalhano com vaca, com roçado, isso num dá dinheiro, num é? Ninguém ganha dinheiro, num é? Se tivesse emprego mai dinheiro, isso era muito mai melhor do que a mulhé ser bunita aqui”. (Telma (foto 14) – 23 anos, solteira)

Evidenciamos que Telma não estava se referindo a ela mesma, mas a sua mãe, trabalhadora do campo. Segundo a mesma, a mãe “está se acabando” de tanto trabalhar pesado.

Detectamos, porém, em três discursos, que o “locus” corporal não é a beleza mas sim a força física e a saúde. Não devemos deixar de mencionar que as três depoentes são donas de casa, mulheres que precisam trabalhar para “ajudar” o marido e educar os filhos. A sobrevivência cotidiana não poderia ser menos importante do que beleza corporal já que esta, não subjetivada como bem de capital, não dá dinheiro, comida, remédio, etc.

“É ter coragem pra trabalhá, porque tem gente que tem muita coragem pra trabalhá. Eu mermo num tenho, num tenho coragem pra trabalhá, assim, muito na roça, nem assim pa butá água. Eu também tenho probrema de pressão, num pode. Mai tem mulé que fai tudo isso, tem mulé que vai pa roça, tem mulé que bota água, tem mulé que fai tudo, tudo, tudo. Tudo. Ai pra elas o mais importante é saúde. Num é beleza, andá chique que faz elas trabalhá não, é saúde, vice”. (Lili – 46 anos, casada)

“É melho ter força, saúde pra trabalhá, é mai importante minha filha do que bunteza. Pra que serve bunteza? Só pa olhá memo e pronto, num é? Sei que eu num tem a força que eu tinha antes, né, assim, quano a gente é mai nova. Eu num tenho a coragem que eu tinha, porque eu já lucrei oito saco de milho sozinha. Eu butava três pessoa pa limpá o primêro mato..., doi saco de feijão, fora o roçado da minha mãe. Ela já era separada, lá perto de casa. Tudo isso eu plantava e cuidava quase tudo sozinha e hoje em dia eu num tenho mai saúde pa isso não, e antigamente eu tinha. Então o importante é ter coragem pa trabalhá, ter saúde, num acha? Mai cada tempo que passa a gente vai mudando, num é?” (Eliana – 38 anos, divorciada)

“A saúde é mai importante do que a muié bunita. Eu memo, num posso ajudá meu marido nas prantação porque, depoi desse minino, depoi que ele nasceu, eu quase morria, sabe? Num posso ir pro roçado não, e trabaio de roça, de prantá é pesado, né? Tô assim, fraca, sem força, sabe? E, pra pegá água no poço, sem força, precisa de sê trabalhadêra e não de bunteza não”. (Lua – 38 anos, casada)

Para Lua, o sentir-se fisicamente forte não é ligado ao corpo robusto, este supostamente mais resistente às longas e cansativas jornadas de trabalho. A mesma falou que gostava muito do seu corpo do jeito que é, “magrinho”. Quando perguntamos o que ela mais gostava em si mesma respondeu: “acho, acho que, o meu corpo, porque eu num gosto de gente gordo sabe? Se eu fosse gorda eu acho que eu tinha abuso deu.

Gordo envelhece mai, né?” Constatamos que, para ela, a gordura também foi subjetivada como algo que prejudica a saúde. Ela tem mais ou menos 1,55m e falou que pesa 41kg. Fisicamente, parece sofrer de desnutrição e de velhice precoce. Constatamos que de todas as mulheres entrevistadas, Lua é a que aparenta ter a pior condição econômica.

Mesmo entendendo que o peso ideal depende muito do tipo físico de cada pessoa, até porque nem todo mundo engorda ou emagrece proporcionalmente em todas as partes do corpo, entrevistamos outras mulheres economicamente pobres (mais ou menos 16,4% de nossas depoentes), que pareciam subnutridas, magérrimas, que, supomos, passam fome frequentemente, porém, nenhuma delas falou do corpo gordo ou forte como símbolo de beleza. A gordura do corpo foi, muitas vezes, associada à falta de saúde. Nesse sentido, o corpo gordo, que poderia ser associado a uma maior resistência física, símbolo de condições de vida boa, de poder aquisitivo maior e acesso a fartura de alimentos, não é colocado como o corpo ideal. Muito pelo contrário. Há quase uma abominação pelo corpo gordo. É evidente que os corpos magros de nossas entrevistadas não são frutos de tratamentos avançados de emagrecimento, de cirurgias plásticas ou de regimes alimentares, mas, muito pelo contrário, presumimos que são resultantes das condições precárias de vida dessas mulheres³⁷ regularizadas por uma vida de muito trabalho, muito gasto físico e pouca alimentação e/ou uma alimentação inadequada para se ter um corpo saudável em nutrientes. Não devemos esquecer que, na realidade, algumas famílias do Mororó comem aquilo que conseguem, geralmente, nas colheitas ou que recebem de outras famílias mais abastadas economicamente.

Talvez porque muitos filhos não signifiquem mais mão-de-obra barata, necessária para a agricultura, não encontramos, nos discursos, a valorização da mulher fértil, procriadora. Isso é evidente a partir da taxa de natalidade: percebemos que o número de filhos paridos por cada mulher diminui à medida que esta mulher é mais jovem – entre as 29 – 52,7% – mulheres que têm filhos, 04 – 13,8% – têm um filho (idade de 21 à 30 anos, todas em idade reprodutiva e pretendendo ter no máximo mais um ou dois filhos), 07 – 24,1% – têm dois filhos (idade entre 25 à 56 anos, destas, uma adotou os filhos e cinco estão em idade reprodutiva, porém, três fizeram ligadura de trompas), 02 – 6,9% – têm três filhos (uma de 27 anos – que pretende não ter mais filhos – e outra de 51 anos), 06 – 20,7% – têm quatro filhos (idade que varia de 34 à 61

³⁷ A magreza pode ser decorrente, também, da constituição genética. Existem pessoas que se alimentam bem mas não engordam.

anos, três em idade reprodutiva, porém, destas três, todas fizeram ligadura de trompas), 03 – 10,4% – têm cinco filhos (idade que varia entre 38 à 59 anos, todas fizeram ligadura de trompas) e 02 – 6,9% – têm seis filhos (uma de 46 anos e outra de 59).

Apenas entre algumas mulheres de mais idade (idade variando de 67 à 85 anos; 05 mulheres – 17,2% – tiveram de onze à dezessete filhos), o número de filhos chegou a ser consideravelmente alto para a média das mulheres mais jovens. Em nenhum momento identificamos a necessidade de saúde reprodutiva associada a um corpo fértil e robusto, como algo importante. Pelo contrário: mesmo as mulheres que defenderam a saúde e a força física como mais importante do que a aparência, sendo magras, se orgulhavam de seus corpos magros.

Finalmente, percebemos que algumas mulheres observadas, principalmente àquelas que trabalham ou já trabalharam na agricultura, possuem uma aparência maltratada, algumas, apresentando velhice precoce. É certo que esse fato não ocorre, exclusividade, entre as mulheres da zona rural. Na cidade, nos deparamos, também, com mulheres maltratadas, desdentadas, etc. Os poucos recursos econômicos para se embelezar e obter uma alimentação necessária e muitas tarefas para realizar no meio rural, contribuem para deixar as mulheres com um aspecto de definhamento.

É interessante mencionar a atenção que as mulheres do Mororó concedem ao próprio corpo, ou seja, à sua aparência, agradável ou desagradável. Mesmo sendo “feias” – comparadas aos padrões de beleza feminina – e desdentadas, algumas falaram (10,9%) que se acham bonitas, que estão satisfeitas com o que Deus lhes deu. Como exemplo, Afrodite (24 anos, solteira), uma mulher que passa, normalmente, despercebida em qualquer lugar, uma mulher comum, se considera bonita – aquela pessoa que muitos poderiam considerá-la sem atrativos, que não possui, nem de longe, um rosto ou um corpo considerado ideal, de aparência comum, mas que tem uma auto-imagem positiva. Não esquecemos que Afrodite considera bonita as mulheres que estão dentro daqueles padrões de beleza colocados por ela mesma como: cintura fina, pernas grossas, nádegas grandes, seios médios, empinados e rígidos, cabelos compridos, rosto e nariz afilados, etc. É um tipo de beleza feminina que, geralmente, não foi encontrado no Mororó (apenas uma depoente falou que conhecia alguém da localidade que considerava dentro dos padrões). Então, como 10,9% das mulheres se consideram bonitas se estão longe de alcançar tal cânone de beleza feminina? Ora, supomos que estas mulheres, na realidade, não se comparam àquelas mulheres que elas apontam como sendo bonitas. Na verdade, como geralmente não existem mulheres no Mororó

que encarnem o ideal de beleza feminina, vê-se que todas elas estão mais ou menos na mesma situação, no mesmo patamar em relação à aparência física. Acreditamos que elas se avaliam comparando-se às próprias mulheres que elas conhecem pessoalmente.

Um outro ponto a ser focado é que algumas mulheres (21,8%) acham sua pele muito envelhecida, sentindo que as deixam mais feias. O próprio clima quente e seco da localidade pesquisada, as idas diárias ao poço para ir buscar água – lembremos que pouquíssimas casas têm água encanada e que buscar água no poço, geralmente, ainda é trabalho de mulher – e o trabalho realizado por algumas mulheres no roçado, juntamente, com o não costume de usar protetor solar, contribuem para deixá-las mais velhas do que a própria idade cronológica indica.

1.2- Gravidez: enfeia ou embeleza o corpo da mulher?

Quanto à gravidez, esta proporciona mudanças significativas no corpo da mulher, ora aproximando o corpo do ideal de beleza feminina, ora afastando-o de tal ideal. Portanto, um outro ponto que fizemos questão de analisar nos discursos, foi a percepção que as mulheres têm ou tiveram de seus corpos durante e depois de uma – ou várias – gestação (ões).

O nascimento da criança concretiza as mudanças ocorridas no corpo, de forma, muitas vezes, rápida e drástica. O corpo, geralmente, nunca mais volta a ser o mesmo. Algumas depoentes sentem a gravidez quase como algo que devasta o corpo, deixando a mulher menos atraente, menos bonita.

“Eu acho que eu ficava mai feia porque, assim, com uma barrigona, nera, vixe, ficava horrive. Depois que o nenê nascia aí eu achava que ficava mai bunita, mai o corpo não voltava a ser o mermo. É porque hoje a gente tem essa barriga, né, o corpo todo muda, eu era magrinha, fiquei gorda. Eu era magrinha”. (Minerva – 59 anos, casada)

“Fiquei menos bunita porque depoi que a gente tem família muda muita coisa, né? Porque a gente depoi que tem família muda o corpo, o corpo da gente num fica mai como era, é diferente. Num quera compará um corpo de uma moça, ajeitadim, né, com o corpo de uma mulé, pur isso eu gostava mai de, do meu corpo quano eu era sotêra, mai jove”. (Rosa – 35 anos, casada)

A fase posterior ao nascimento da criança, sentida por Elaine, é conflitiva ou depressiva. Há um sentimento de angústia, já que o corpo não voltou a ser o que era antes.

“Com a gravidez, depois que eu ganhei a minina eu me acho muito mais feia, porque eu fiquei com barriga grande, engordei, aí eu tô complexada demais. Toda hora eu me olho no espelho “ah! Minha barriga tá grande demais”. Meus peitos ficaram muito caídos, eu acho. Meu marido diz pra eu deixá de besteira, mais num é nele, né? (Elaine – 22 anos, casada)

Como já foi enfocado, o ideal de corpo feminino defendido pelas mulheres do Mororó não é o “robusto” e nem o “magro”. Defende-se o corpo cheio de curvas, possuindo um pouco de volume em lugares estratégicos, como nas nádegas e nas pernas. Nesse sentido, para as “magrelas”, a experiência da gravidez proporcionou-lhes um corpo, digamos, ideal, mais “cheinho”.

“A gravidez me tornou mais bonita, porque eu era magrinha e depois que tive um filho engordei mais um pouquinho. Apesar dos pneuzinhos que ficam na minha barriga mas mesmo assim eu me acho mais bonita porque fiquei mais gordinha um pouquinho”. (Morgana (foto 16) – 23 anos, casada)

“Gostei, assim, porque quando eu era solteira eu era assim, bem mais magra né, aí quando eu tive os filhos, reformou mais um pouco, num é, ficou mais charmosa, mais cheinha, num é?”. (Diva (foto 21) – 51 anos, casada)

“Fiquei mais forte, mudou o corpo pra melhor, porque eu era mais magrinha, porque fiquei mais gorda”. (Samanta – 30 anos, casada)

Outras, ao contrário, colocam a gravidez – o durante e o depois – enquanto responsável pelo excesso de gordura nos seus corpos. A gravidez, nesses casos, deforma o corpo.

“Ave Maria! Ui! Eu achava muito feia, certo? Ai, eu me achava horrorosa, foi a única pergunta que eu digo que me achei feia foi essa. Porque eu ficava toda grande, larga, com aquele buchão, num era? Ai era muito feia. Perguntaram a eu se do jeito que eu sou perfeita agora pra ser quando eu tava grávida, não. Depois dos filhos nascem o coipo ficou mais feinho, mais depois foi se ajeitaram, mais tô quase do mesmo jeito quando eu era solteira”. (Fada – 38 anos, casada)

“Não fiquei mais bonita depois da gravidez não. Quando eu era solteira eu era bem magrinha, apesar de já ter barriga. Durante a gravidez é um corpo muito desajeitado, ser magrinha é bem melhó”. (Vênus – 34 anos, casada)

Verificamos, portanto, que das 28 depoentes (como já foi visto, 29 delas têm filhos, sendo que uma delas os filhos são adotivos) que tiveram filhos naturais, 18 – 64,3% – acham que a gravidez proporcionou um corpo mais gordo, deixando-as mais feias; 07 – 25% – acham que, depois da gravidez, seus corpos se aproximaram mais do corpo feminino ideal, engordando mais um pouco e 03 – 10,7% – acreditam que seus corpos ficaram do mesmo jeito, ou seja, que a gravidez não provocou mudanças significativas no corpo.

De uma maneira geral, as mulheres que tiveram filhos, sentem desgosto do próprio corpo, principalmente, no que se refere ao aumento da barriga e da cintura, a flacidez dos seios e o aumento do peso do corpo em oposição ao ideal de corpo feminino, que seria a barriga rígida, não saliente, cintura fina, corpo “nem gordo nem magro” e seios pequenos, “duros” e empinados.

A valorização do papel de mãe, da maternidade, reforça o pensamento dominante do papel da mulher na sociedade: o de ser mãe.

“A ideologia da demarcação dos territórios sexuais pode ser concretamente observada nos brinquedos infantis. As bonecas têm casa e tarefas a cumprir, ou, pelo menos, levam suas donas (as menininhas) a cuidarem delas, como se fossem suas filhas. Os meninos possuem bonecos que não têm filho porque são super-heróis. Eles cuidam de muitos à distância e não somente de um, ou tais bonecos não induzem a serem cuidados, pois são fortes, têm poderes e nasceram para as aventuras do mundo. Assim, nossos futuros cidadãos estão aprendendo ludicamente seus papéis sociais identificatórios.” (Massi, 1992: 56)

Apenas duas depoentes, mesmo sentido as transformações no corpo provocadas pela gravidez, não se sentiram muito incomodadas por esse fato, já que o papel de mãe surtiu uma valorização que extrapolou a valorização do próprio corpo. Para Úrsula, por exemplo, as modificações ocorridas no corpo durante a gravidez, foram sentidas como gratificantes. A vivência da maternidade proporcionou-lhe satisfação, realização pessoal e narcísica. Um momento quase “mágico” para a mulher, possibilitador de uma identidade feminina pautada na internalização de papéis de gênero: o de ser mãe.

“Eu acho que eu fiquei mais bonita quando eu estava grávida. É um momento assim muito especial, divino da mulher, e a gravidez nos deixa a mulher mais bonita do mundo”. (Úrsula – 34 anos, casada)

De acordo com tal depoente, as transformações ocorridas no seu corpo, mesmo que deixando-a menos atraente esteticamente, não significam muita coisa em relação ao prazer de sentir o filho na barriga, de tê-lo.

De um modo geral, sentimos que a maioria das depoentes são muito críticas em relação ao corpo que possuem, ainda mais porque as condições para se ter o corpo ideal são bastante limitadas.

Para Medina (1991), o corpo está sempre sendo julgado, como bom ou ruim, grande ou pequeno, limpo ou sujo, forte ou fraco, branco ou preto, sensual ou impotente, novo ou velho, rico ou pobre, feminino ou masculino e, conseqüentemente, feio ou bonito. O processo constituinte do corpo eficaz, limpo, saudável, belo, jovem, ideal, é amplamente revelador de uma história que lhe é paralela, ou seja, aquela que redefine e incita, sem cessar, a ociosidade, os gestos de embelezamento, a higiene corporal, a doença, a feiúra e a velhice. É imprescindível, portanto, apreender as condições de possibilidade que fazem emergir, em cada época, em cada sociedade, o que seria um corpo belo, limpo, jovem e saudável ou, um corpo feio, velho, sujo, doente e fraco. Nesse sentido, quais as condições sociais e econômicas dessas mulheres que vivem no Mororó para que se tenha o corpo ideal?

O próprio contexto social no qual as mulheres estão inseridas, a localidade rural, os fracos recursos financeiros e o tipo de trabalho realizado e/ou as várias funções que elas se submetem no trabalho, impossibilita-as de terem esse corpo ideal. Mesmo assim, observamos que as mulheres que possuem uma aparência feminina mais perto do que elas colocaram como ideal, são aquelas mais jovens, que não tiveram filhos, que vivem numa família que possui melhores condições financeiras e que não têm a responsabilidade de cumprir uma carga pesada de trabalho. Duas jovens (Ilza, 19 anos (ver foto 06), e Eugênia, 18 anos) que se enquadram dentro desse perfil – têm mais ou menos 1,68m de altura, quadris largos, cintura fina, seios empinados e rígidos, nádegas grandes, pernas grossas, rosto e nariz afilados, pele jovem, sem rugas e espinhas, cabelos compridos, etc. – foram as únicas que se consideraram muito bonitas, e que estão, realmente, correspondendo ao modelo de beleza sustentado pela maioria delas mesmas.

Uma dessas moças (Ilza) foi apontada por uma depoente (Elaine) como sendo a mulher mais bonita.

Sabendo que as reais possibilidades das mulheres do Mororó de se enquadrarem no perfil ideal de beleza feminina são restritos, no capítulo seguinte iremos abordar quais as práticas de embelezamento que estão disponíveis à tais mulheres. Assim, será que elas realmente desejam, caso tivessem condições econômicas, modificarem seus corpos? Caso queiram ficar bonitas, o que fazem para se sentirem mais bonitas? Quais os limites impostos moralmente, economicamente e religiosamente que atravessam as práticas de embelezamento? Como diferenciam-se tais práticas por faixa etária, por gênero e historicamente? Em quais momentos é imprescindível à mulher do Mororó aparecer bela?



Foto 11 (Geórgia e Hilda)



Foto 12



Foto 13 (Rasana, Sabrina e Leda)



Foto 14



Foto 15



Foto 16



Foto 17



Foto 18 (Lilith e Marisa)



Foto 19



Foto 20 (Dara e Íris)



Foto 21

Capítulo III

“Recordava como tinha insistido, nos meus tempos de rapaz, em que as mulheres devem ser obedientes, castas, perfumadas e caprichosamente enfeitadas. Agora tenho de pagar com meu corpo por aquelas exigências, pois as mulheres não são (a julgar pela minha própria curta experiência do sexo) obedientes, castas, perfumadas e caprichosamente enfeitadas já por natureza.”

(Woolf, 1978: 87)³⁸

³⁸ WOOLF, Virgínia. **Orlando**. Tradução de Cecília Meireles. Rio e janeiro: Nova Fronteira, 1978.

Capítulo III

A Vaidade³⁹: quando a “Gata Borracheira” do sítio transforma-se na “Cinderela”.

Contradizendo algumas representações da mulher rural, divulgadas pelos meios de comunicação, enquanto desatenta à vaidade, ao cuidado de si, comprovamos, a partir das entrevistas e, principalmente, das observações de campo, que a mulher moradora do Mororó, além de possuir opiniões a respeito do que seja um corpo feminino e um corpo masculino ideal, busca e deseja ser e estar bonita. Entretanto, assim como os padrões de beleza, como os padrões culturais da sociedade como um todo, os gestos de embelezamento são transmitidos para os indivíduos através do processo de socialização.

É verdade que a liberdade para agir sobre o próprio corpo em nome da beleza não cessa de ser lembrada e estimulada pela mídia. Regimes de visibilidade definem a verdade do corpo, da saúde e da doença em cada época, assim como define as práticas de embelezamento⁴⁰.

“(...) As formas de problematizar as aparências, os modos de conceber e de produzir o embelezamento, não cessam de ser modificados. Compreender essas mudanças implica perceber a coerência das representações que, ao longo do tempo, acentuam a repulsa pelas aparências consideradas feias. Nesse sentido, o embelezamento feminino tem uma história. Da medicina ao esporte, passando pela higiene e pela moda, esta história é heterogênea, pouco explorada, embora ela trate de uma preocupação ao mesmo tempo antiga e contemporânea.” (Sant’Anna, 1995: 121)

Consideramos importante, e até curioso, mencionar certa “receita de beleza” que, passada através de gerações, foi trocada entre mães e filhas, tias, avós, amigas. É evidente que tal gesto de embelezamento, segundo as próprias depoentes, não é mais introjetado pelas gerações de mulheres mais jovens.

O caso do remédio “milagroso”, o “gabirôlo” – ou “cabilôro”, como outras mulheres denominaram – que curava a feiúra, foi mencionado pelas mulheres que se

³⁹ Vaidade entendida aqui como os modos, os gestos direcionados ao embelezamento.

⁴⁰ SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de (org.). **Políticas do corpo; elementos para uma história das práticas corporais**. Tradução dos textos em francês de Mariluce Moura. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

situam numa faixa etária que vai dos 45 anos em diante. Muitas delas falaram ter aprendido tal “simpatia” de uma outra mulher, geralmente parente, como a mãe ou a avó. A receita era simples, já que não precisava de artifícios superficiais para torná-las mais bonitas – como cremes de tratamento, maquiagem, etc. – e nem de transformações radicais no corpo – como cirurgias plásticas, por exemplo. Um pedaço de carne de qualquer animal, geralmente da carne bovina ou caprina, que elas diziam ser um “nervinho”, por ser branco e duro, era comido cozido atrás de uma porta. Neste momento, a mulher deveria pensar “bem forte”, isto é, concentrando-se no seu desejo, que queria ser bonita ou gritar o nome da mulher que ela achava bonita, dançar e pular, para “transformar-se” numa igualzinha a ela, como afirma Poliana.

“Sabe, nesse tempo, a mulé que os povo achava bunita era Avani, a professora. Avani, uma tal de Dona Avani, era professora, foi professora daqui, sabe? Ai me ensinaro um remédio, porque eu era feia demais vice. Ai me ensinaro, disse que eu, eu arrumasse um, um “gabirôlo” de um bicho e fosse pa detrai da porta cumêno e chamano Avani que ficava bunita e parece que o remédio, parece que deu certo, sabe? Por Jesus me ensinaro esse remédio. Ai meu pai era machante, né? Ai ele trazia o “gabirôlo” e eu cumia o “gabirôlo” detrai de uma porta. O “gabirôlo” era, é um negoço que tem na carne, um nervim branco. Ai eu ia pa detrai da porta e cumêmo, “chega Dona Avani, cumê o gabirôlo mai eu, chega Dona Avani, cumê...” Era preu ficá bunita igual a ela, sabe? Mai ela era bunita rapai. Avani era alta, bem arrumada, bem feita. Mai era um negoço bem feito, sabe?” (Poliana – 59 anos, desquitada)

Verifica-se que Poliana desejava ser parecida com uma mulher considerada muito bonita no Mororó em torno da década de 50 do século passado. Pelo fato de não existir televisão no Mororó no referido período, e, conseqüentemente, era mais difícil os moradores ter contato com os ideais de beleza da época construídos socialmente, as mulheres idealizavam ser parecidas com aquelas mulheres que estavam mais próximas delas. Elas se comparavam às mulheres consideradas bonitas na referida localidade. Enfim, constatamos, com base nesse testemunho de Poliana, que a preocupação com a aparência, em ser bonita, não é algo recente ou próprio das mulheres da zona urbana.

O embelezamento representa mais do que transformar o feio em bonito, ele representa exigências pautadas numa pedagogia das condutas que se expressa pelos métodos de beleza. Essa necessidade de se “tratar”, ou seja, de se embelezar, está

presente no discurso das mulheres da zona rural. O embelezar-se poderá deixar as mulheres consideradas cronologicamente e/ou fisicamente “velhas” mais bonitas.

“É porque a pessoa pa ter sua beleza não tem nada haver com a idade, o importante é que num se desleixe de seu corpo num é, porque têm pessoas já, assim, idosas que é mermo que ser uma pessoa jovem, porque seu modo de se vestir, seu modo, assim, de se arrumá é de uma pessoa jovem. Ela fica mais bonita”. (Eugênia – 18 anos, solteira)

“Tem tantas velhas que são equipadas, num é? Assim, dentro do, assim, num tem ruga, se cuida, num é? Como também têm jovens que são bem acabadas, num é? É, se cuidano a pessoa num parece muito velha não, fica até bunita”. (Hilda (foto 11) – 20 anos, solteira)

No depoimento seguinte, vemos que recusar o embelezamento denota quase uma negligência feminina que deve ser combatida.

“Gente nova ou velha, ou mai velha ou mai nova a gente tem que se tratá. A mulhé deve se tratá. É muito fei uma mulhé que num se trata, num se arruma”. (Naka (foto 07) – 14 anos, solteira)

Das 55 entrevistadas apenas quatro destas, todas passando dos quarenta e cinco anos, não referiram o embelezamento como algo importante na vida de uma mulher. Percebe-se que das quatro depoentes, duas falaram que a vaidade é “coisa de mocinha”, uma que vaidade é pecado e a outra, que vaidade não deixa a mulher “natural”, como Deus a criou. (posteriormente iremos comentar cada caso)

Nesse capítulo, portanto, enquanto objeto de investimento narcisista, nosso objetivo é captar como a mulher da zona rural se ocupa do corpo. De que maneira tal mulher investe nele? Como o embeleza? O que o torna mais bonito, mais feio ou mais apropriado? Que práticas de embelezamento, que cosméticos elas utilizam para ficarem mais bonitas? Como as práticas de embelezamento se diferenciam historicamente? Em qual situação social elas devem aparecer bonitas? Será que elas valorizam a vaidade, a aparência mais do que outra coisa? É evidente que o investimento no corpo é válido tanto para o homem como para a mulher, no entanto, diferenciam-se no gênero feminino e no gênero masculino. O modo de “cuidar de si”, de se arrumar, modifica-se de um gênero para outro.

Veremos que os papéis de gênero, os discursos religiosos e moralistas estarão presentes nas falas das mulheres entrevistadas, atravessando o modo como elas se embelezam, as restrições do ato de embelezar-se e a forma como percebem o

embelezamento masculino. Nesse sentido, é a partir da subjetivação dos modelos de masculinidade e de feminilidade, criados e propagados socialmente, que vai sendo delineadas as aparências femininas e masculinas.

É importante destacar que os gestos que embeleza, os meios, as práticas de se fazer mais bela foram, portanto, buscadas e entendidas no interior do contexto social e econômico do qual as mulheres que entrevistamos e observamos estão inseridas.

1.1- O Grande Dilema: mudar ou não mudar o corpo, eis a questão... Deus não o fez assim?

Para Baudrillard (1995), a descoberta do corpo na sociedade moderna, constituindo uma crítica do sagrado ou do corpo enquanto algo sagrado, intocável, do qual a ideologia já caducada da alma é inadequada para um sistema produtivista evoluído, inaugura um discurso que supõe uma maior liberdade, verdade e emancipação para o próprio corpo. A beleza se opõe às qualidades do espírito confirmando e atualizando o secular dualismo entre corpo e alma. É a era do culto ao corpo. Percebe-se, entretanto, o corpo estreitamente vinculado às finalidades da produção enquanto suporte econômico. O próprio mercado afeta o corpo.

“O processo de redução do corpo ao valor de permuta estética/erótica abrange tanto o masculino como o feminino” (Baudrillard, 1995: 145)

Longe de ser realmente emancipado, a sociedade capitalista impõe novas formas de controlar o corpo, de ver e dizer o corpo, sua imagem e a beleza corporal. É certo que o homem ou a mulher pode fazer quase tudo o que quiser com o seu corpo. Possuem, atualmente, uma maior “liberdade” de ação sobre o próprio corpo, desde que tenham condições financeiras para mudá-lo e adequar-se aos padrões.

O poder da beleza existe a partir da tendência em se associar a boa aparência à boas realizações. A obsessão pela aparência física influencia o modo como as mulheres e os homens se enxergam e como são vistos pelas outras pessoas. Mulheres ou homens obcecados com o próprio corpo, acostumados a observar e a serem observados, na maioria das vezes, tornam-se constrangidos e desapontados com o próprio corpo, desejando transformá-lo em algum aspecto.

Os padrões de beleza existentes podem induzir às mulheres e aos homens a adotarem ou evitarem um determinado comportamento e/ou aparência física.

com a época ou a sociedade. Como exemplo, as mulheres remodelam seus corpos para se encaixar ao padrão ideal de beleza, engordando, emagrecendo, pintando, cobrindo ou descobrindo o corpo, para se sentirem dignas de serem amadas e/ou mais sedutoras. Os homens se preocupam com a calvície, barriga saliente, etc. As cirurgias plásticas estão aí para remodelar o corpo que tenha “fugido” aos padrões de beleza. Vivemos, portanto, numa época em que se fala massivamente do “culto ao corpo”, em que se assiste a fabricação de uma diversidade inédita de aparelhos, serviços, publicações, roupas, cosméticos, medicamentos destinados, sobretudo, à majoração da saúde, ao aumento da sedução física e do prazer.

Segundo a sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, no Brasil, a cada ano, são realizadas 300 mil cirurgias plásticas. 70% das cirurgias são feitas em mulheres e 30% em homens. Sendo 60% destas cirurgias estéticas e 40% reparadoras. Essas cirurgias plásticas são realizadas desde para fazer um “buraquinho” no queixo, deixar os lábios mais carnudos, uma lipoescultura ou lipoaspiração, até incisão de próteses de silicone nas nádegas, panturrilhas e nos seios. Também aplica-se um paralisante na musculatura no rosto, com o propósito de relaxar os músculos faciais, fazendo as rugas desaparecerem ou pelo menos atenuá-las.

Os meios de comunicação divulgam nomes de sopas e de remédios que prometem emagrecer, aparelhos de ginástica que podem modelar o corpo, regimes e mais regimes de emagrecimento, etc. Ser bela ou ser atlético deixou de ser efeito da natureza e suplemento das qualidades morais. O mais belo objeto de consumo, o corpo, é alvo de reinvestimento narcisista. O corpo, assim reapropriado, torna-se função de objetivos capitalistas. De acordo com Baudrillard (1995), há investimento no corpo, reapropriação do corpo, não segundo as finalidades autônomas do sujeito, *“mas de acordo com o princípio normativo do prazer e da rendibilidade, segundo a coação de instrumentalidade diretamente indexada pelo código e pelas normas da sociedade de produção e de consumo dirigido. Por outras palavras: administra-se e regula-se o corpo como patrimônio”* (Baudrillard, 1995: 139).

Mas, esse desejo de parecer melhor, mais bonito, esse investimento no próprio corpo surge, quase sempre, quando não estamos nos adequando aos modelos de corpo ditados pela cultura. Também existem algumas profissões que exigem uma aparência melhor, como por exemplo, os (as) apresentadores (as) de programas de televisão, os (as) artistas, modelos. Muitas vezes, eles (elas) são “obrigados” (as) a se submeterem a uma mudança no corpo para se manterem na profissão. Há, também, a questão que

somos seres em constante processo de reelaboração, desconstrução, sujeitos em fluxo permanente.⁴¹ Muitas vezes, a vontade de mudar a aparência, de mudar de visual, surge exatamente dessa vontade de ser “outro” e não para corresponder apenas aos ideais de beleza que são estipulados socialmente.

Neste item o nosso interesse é constatar os limites impostos moralmente, economicamente e religiosamente, que impedem o desejo das depoentes de modificar o corpo. Verificamos, contudo, uma defesa do corpo natural (16,4% das entrevistadas) em oposição ao corpo fabricado, artificial. Sabemos que uma das últimas modas de práticas de embelezamento feminino é a de implantes de silicone nos seios, nas nádegas, etc., com o propósito de aumentá-los. A depoente Marta, por exemplo, rejeitando esse tipo de embelezamento artificial tão divulgado pela mídia, falou que jamais colocaria algo – silicone – no seu corpo, para ficar mais bonita:

“Num acho certo não, colocá coisa de fora no corpo da gente. A gente tem que ser natural mermo. Eu mermo nunca colocaria silicone em mim não. Nos peito, não, não, porque eu sabia que era de mentira, num era de mim mermo, sabe?” (Marta – 19 anos, solteira)

Marta indicou a cantora e apresentadora Angélica como sendo a mulher mais bonita, porque, entre outras qualidades estéticas – como ser bem feita, loira, cabelos longos, olhos claros, etc. – ela a considera “natural”, possuindo um corpo natural, sem silicone. É uma beleza autêntica.

Apesar dos apelos publicitários em torno dos tratamentos para os problemas de beleza, apesar da diversidade de produtos existentes para embelezar a mulher como num passe de mágica, em alguns discursos prevalece a convicção de que a verdadeira beleza é fornecida por Deus ou que devemos aceitar o corpo que Deus nos deu. A beleza é considerada um dom muito mais do que uma conquista individual. A velhice é aceita como algo natural, inquestionável, não transformável, evidente. Assim, testemunhamos uma relação do corpo como algo sagrado, intocável

“Não. Fisicamente não porque eu acho que tô conformada com o que Deus me deu, com a idade, com o tempo... Não, eu não mudaria nada, eu podia ter muito dinheiro, puderia fazê outras coisa, muitas, muitas outras coisas, menos mechê no meu corpo, fazia não. Não tenho essa vaidade pra isso porque eu sou bem satisfeita com o que Deus me deu. Eu gosto de tudo. Meu corpo, meu

⁴¹ Ver: DELEUZE, Gilles. *Foucault*. Tradução de Claudia Sant’Anna Martins. São Paulo: Brasiliense, 1998.

cabelo, minhas perna, tudo, eu gosto tudo. Eu me gosto tudo. Eu não fico me reclamando, ah meu Deus eu queria uma coisinha, queria isso, eu queria tirar aquilo, não. Tô satisfeita, gosto do jeito que eu sou.” (Bia – 51 anos, desquitada)

“Não, não gostaria de mudar nadinha em mim não. Eu num tenho destino de mudá nada, tô satisfeita, graças a Deus. A gente tem que aceitá do jeito que Deus quer, tô véia demais, mai é da natureza num é? A gente num tem que envelhecê, num é? Deus num quer assim? Mudâno a gente num tá indo contra a vontade de Deus não? É pecado minha filha”. (Dalva (foto 19) – 75 anos, casada)

“Não, deixa eu do jeito que sou memo. Não gostaria de mudá nadinha. Num sou bunita, mai Deus num me quis assim: se ele quisesse eu bunita, eu era bunita. Deus num quis assim, eu feia mermo?” (Fada – 38 anos, casada)

“É mai certo se conformá como fui criada, com o que Deus fez em mim mermo, num é? Tenho que se conformá e não mudá o que Deus me deu, aí, isso aí num é certo não, você querê mudá o que Deus deu pra você” (Magna – 47 anos, casada)

“Eu vim ao mundo assim, quero Morrê com esse corpo memo. Tá bom demais. Não sou aleijada, graças a Deus, num tô comendo, num tô dormino, num tô festano? Tá bom demais.” (Marta – 19 anos, solteira)

Esse tipo de discurso foi quase unânime entre as entrevistadas, independentemente da idade cronológica das mesmas. O não modificar o corpo significa a negação de mudanças radicais no corpo, como cirurgias plásticas, por exemplo. Nesse sentido, enquanto a mídia divulga imagens de corpos dessacralizados, colocando o corpo enquanto bem de capital e objeto de investimento narcisista, 85,5% das mulheres, mesmo que não estejam satisfeitas com seus corpos, não gostariam de modificar as aparências do corpo de forma a torná-lo diferente do que seja.

Essa defesa do corpo que Deus deu, está presente, também, no comentário de Lili. Constatamos que o bronzamento é visto como algo que prejudica a pele e a saúde, deixando-a mais feia. Há uma defesa do natural, da pele natural. Uma proteção daquilo que “Deus nos deu.” Devemos nos aceitar como somos realmente.

“Só se for pa pessoa num ficá muito queimado do sol, num é? Pa gente num queimasse muito demais, porque a gente se queimando muito fica muito diferente, a pele da gente fica muito diferente. A gente até muda de feição, assim, de

a gente mudá, se a gente levá muito sol a gente muda, bronzêa, fica escuro demais, queima a pele. É muito fei gente bronzeado. Queima a pele, é rim pa saúde da pele e é fei. Melhó a gente ser da cor que Deus quis mermo".
(Lili – 46 anos, casada)

A defesa de uma pele clara em relação a pele bronzeada, foi comentada, em algumas entrevistas, por mulheres de diferentes gerações. A pele mais clara, branca, é considerada mais bonita, saudável. Ouvimos comentários do tipo: *“ela tem a pele bem limpinha, branquinha, sem manchas.”* Porém, a maior parte das moradoras do Mororó observadas por nós, principalmente àquelas que trabalham na roça, independentemente da idade, possuem a pele da tez e do corpo escurecida e envelhecida, talvez pela exposição constante aos raios solares, sem proteção adequada. A pele mais escura é característica, também, do fenótipo dos negros. Como já foi comentado, percebemos, claramente, uma rejeição aos traços negróides nos discursos das depoentes.

Sabemos que a prática de bronzeamento, artificial ou não, atualmente é muito difundida pelos meios de comunicação⁴², enquanto algo que deixa a pele mais bonita, saudável e sedutora, desde que se tenha os cuidados necessários, protegendo a pele com filtro solar, bonés, etc. Lili não introjetou essa “moda da pele queimada” porque, na realidade, as mulheres do Mororó já são bronzeadas. O ato de bronzear a pele não é algo proposital, com o intuito de embelezar. Vê-se que a pele queimada e envelhecida das mulheres é fruto do trabalho incessante ao sol. As mulheres que possuem a pele mais clara, na realidade, estão revelando que possuem um certo privilégio: não necessitam trabalhar arduamente ao ar livre, expondo seu corpo aos raios solares.

Etcoff (1999), falando a respeito das práticas de bronzeamento, coloca que no século XIX, as mulheres protegiam seus rostos com sombrinhas, tentando evitar o escurecimento da pele. Apenas as mulheres pobres tinham a pele queimada pelos raios solares, revelando seu status social de mulher trabalhadora. A partir da década de 1920, o bronzeamento passa a ser um sinal de saúde e riqueza e de uma vida caracterizada pela possibilidade de viagens, passeios, etc., em vez de no interior dos limites sombrios da casa.

Quanto aos métodos de emagrecimento, dentre as várias mulheres que se achavam acima do peso, apenas uma entrevistada falou que fazia regime. A maioria delas, mesmo se achando gordas, não desejavam obsessivamente emagrecer, pois não

⁴² Basta observar algumas capas de revistas brasileiras e internacionais, veremos corpos femininos e masculinos bronzeados.

consideravam proveitoso sacrificar o prazer da gula em nome de um corpo mais magro. Cirurgias plásticas não fazem parte do desejo e/ou da realidade dessas mulheres, talvez, pela pouca visibilidade, na zona rural, desses recursos destinados à mudar o corpo, pela falta de recursos econômicos – a grande maioria, senão todas, não têm como pagar uma mudança radical no corpo ou um tratamento mais sofisticado –, de informações, de acesso à clínicas especializadas e, principalmente, como já foi evidenciado, de uma vontade e interesse de mudança radical no corpo que “Deus” lhes proporcionou. Do mesmo jeito, massagens, ginásticas, bronzamentos artificiais, cosmetologia médica e muitos outros itens da mais avançada tecnologia para embelezar, emagrecer e retardar a velhice, não fazem parte do cotidiano, da vida dessas mulheres.

Foi constatado que as mulheres que menos aceitam ou desejam mudar o corpo, mesmo que tivessem condições financeiras, são as casadas e as que possuem mais idade. Talvez isso se deva ao fato de que as mesmas não percebem mais os seus corpos como algo sedutor, ou não estão mais ocupando o lugar social de sedutora e sim de mãe, esposa, mulher trabalhadora, mulher aposentada, dona de casa. Muitas vezes, o ato de seduzir é para o outro e, supomos, conseguindo o outro – o marido, por exemplo – tal ato deixa de ser predominante em suas vidas. Foram as mulheres mais jovens (14,5%), principalmente aquelas da faixa de idade que vai dos treze aos vinte e poucos anos, que desejam, as vezes até arduamente, mudar radicalmente o corpo para ficarem mais bonitas e chamar atenção dos rapazes. Mesmo assim, dentro dessas regras, encontramos exceções. Uma depoente de 36 anos, por exemplo, falou que gostaria muito de fazer uma cirurgia plástica na barriga, para deixá-la mais rígida e o corpo mais acinturado.

De uma maneira geral, constatamos que a beleza não é buscada obsessivamente pelas mulheres do Mororó. Elas apontam o que acham feio e bonito em seus próprios corpos; idealizam possuir outros corpos, os quais se aproximem do ideal de beleza defendido por elas próprias. Porém, questionando se desejariam modificá-los ou não, a maioria falou que não modificariam. Apenas em certas situações sociais elas colocaram que era importante ter uma aparência, digamos, mais bonita. É o ato de arrumar-se que proporcionará esse visual mais bonito. No próximo item, então, nosso propósito é mostrar quais os atos de embelezamento, quais os recursos disponíveis, que as mulheres do Mororó dispõem para modificar as aparências.

1.2- O arrumar-se como meio de ser e estar bonita.

Sabemos que as práticas de embelezamento se diferenciam historicamente e socialmente. As regras de elegância, de higiene, de embelezamento, os cuidados com o corpo, nem sempre são os mesmos. Nesse sentido, os sujeitos, de diferentes épocas, não se produzem, se enfeitam ou tentam modificar as aparências de seu corpo da mesma forma. Também alguns produtos, cosméticos destinados ao embelezamento, conselhos de beleza e modelos de roupa, numa época, não são acessíveis à toda população, seja pelo falta de condições financeiras para adquiri-los, como pela restrita e/ou dificuldade de difusão de sua existência. Atualmente, há uma crescente valorização dos produtos e métodos de beleza. Basta ligarmos um aparelho de televisão ou folharmos alguma revista especializada em moda e/ou beleza para nos depararmos com uma infinidade de propagandas de produtos destinados ao embelezamento e reportagens mostrando os segredos para se ter um corpo perfeito. São os discursos de embelezamento, criados com o intuito de “convencer” às mulheres e também aos homens da importância de se embelezar, na maioria das vezes, mascarando interesses econômicos de grandes empresas, como as de cosméticos, por exemplo, que chegam diariamente até nós, a partir dos meios de comunicação, que ditam: “sejam belas e belos!!!”.

As mulheres do Mororó não estão isentas dessas mensagens. No seguinte depoimento, Rafaela percebe a mulher como sendo naturalmente vaidosa.

“A mulher, por natureza, ela é vaidosa. Ai ela se acha bunita. As veze ela quer se arrumá pra se mostrá bunita, seno feia mermo. Memo seno feia mai ela quer ser bunita. (...) Aparentemente a mulhé deve usá um pouquinho de maquiage né, essas coisa assim, que só mulhé sabe, num é? Purque hôme num sabe não, num é? Como é que uma mulhé se veste assim. Toda mulhé sabe como é que se veste.” (Rafaela – 35 anos, casada)

O nosso comportamento e o modo de nos vestir, de nos embelezar, são elementos imprescindíveis na nossa caracterização, definindo as nossas relações com os outros, enquanto homens e mulheres. O discurso de Rafaela, fundamentado nas diferenças entre o masculino e o feminino, percebe a vaidade como associada à natureza da mulher. A vontade de ser bela faz parte da experiência de ser mulher. É como se, biologicamente, a mulher já nascesse predisposta a ser vaidosa. Não há uma percepção de que o homem também cuida de si, porém, de um jeito considerado masculino.

É a partir dessas distinções de gênero que a beleza e a graça são, sem dúvida, valores historicamente associados mais às mulheres do que aos homens.

“Contudo, o conteúdo que constitui esses valores varia ao longo do tempo, modificando a relação entre a feminilidade e a cultura, entre o corpo e os cuidados destinados a embelezá-lo”. (Santa’Anna, 1995: 16)

Nos seguintes discursos, a idéia de que todas as mulheres são “naturalmente” vaidosas é desconstruída.

“Não, sempre eu fui desleixada, eu nunca fui uma pessoa..., né? Pó que é bom nunca usei, perfume nunca usei, que dizê que hoje eu uso, batom nunca usei, nunca pintei unha. Nunca gostei de vaidade. Sempre arrumava meus namorado mais toda vida fui desleixada sempre”. (Lucrécia – 61 anos, casada)

“Eu quando eu era sotêra eu num era muito de me arrumá. Eu num usava esmalte, eu num usava batom, nada disso. Eu era simples, eu era simprezinha. Ainda sou”. (Lili – 46 anos, casada)

“Na época que eu me criei, ai meu Deus, num tinha essas coisa não minha filha. Era tudo muito simples, de qualquer jeito. Os pai da gente era que dava, até casá né, as roupa, até a gente ficá moça, sai de casa casada. Num havia essas vaidade de hoje. Bom, eu cortava o meu cabelo, eu usava um batom. Mai num era como hoje. Era tudo mai simpres. O cabelo, naquela época, era redondo, aqueles corte de cabelo redondim, todo mundo só cortava daquele jeito, pintiado, nunca usei essas coisa, roupa de moda, não, tudo era roupa de manga, franzido, vestido aqui, comprido”. (Sílvia – 67 anos, casada)

Algumas depoentes, quando eram solteiras, mais jovens e até mesmo depois de casadas, não se preocupavam em embelezar-se, seja por “desleixo” como pela opção à simplicidade. Gostar de se arrumar ou não é uma questão puramente singular. Vê-se que a depoente Sílvia afirma que no tempo de sua juventude a vaidade era diferente da vaidade atual. Supomos, também, que essa “não vontade de arrumar-se” e a diferença dos gestos de embelezamento em relação aos atuais, fossem consequência das subjetividades dominantes que estavam a disposição dessas mulheres no tempo em que eram jovens; subjetividades que não incentivavam a vaidade ou, pelo menos, uma vaidade tal como a conhecemos atualmente. A questão dos escassos recursos econômicos também limitavam o poder de compra e, conseqüentemente, os atos de embelezamento.

Também não devemos esquecer, segundo informações dos moradores mais antigos do Mororó, que há trinta, quarenta anos atrás, não existia energia elétrica no Mororó; transporte para as cidades era muito mais difícil; o isolamento parcial do rural existia de fato. Roupas e cosméticos eram artigos de luxo vendidos por alguns comerciantes que passavam no Mororó, ao contrário de hoje, por exemplo, onde há uma enorme popularização dos cosméticos. A importância do embelezamento feminino era ofuscada pela mérito dado à decência feminina. Muitas mulheres, principalmente as que possuem mais de quarenta anos, falaram que os homens não escolhiam suas esposas pela aparência física delas e sim pelo comportamento “virtuoso” das mesmas.

Atualmente, a partir dos discursos colocados, é evidente a grande valorização dada ao ato de “arrumar-se”, sem discriminação de idade. Mas o “jeito” de embelezar-se deve conter-se dentro de certos limites, correspondendo a idade cronológica da mulher.

“Eu acho que a mulé, a idade num é problema. Olha, ela pode andá bem arrumada, toda maquiada, assim, do jeito que a pessoa se sentir bem, mai combinando com a idade dela”. (Samanta – 30 anos, casada)

“A mulhé se arrumá num é defeito, eu acho que num é. Eu pelo meno num sei me arrumá não, mais eu acho muito bunito uma mulhé que sabe se arrumá. Num é defeito a mulhé se arrumá. Pode ser de qualque idade”. (Sílvia – 67 anos, casada)

O ato de arrumar-se, embelezar-se, proporciona um prazer indiscutível: o de ser admirada por outras pessoas. Nesse caso, as tentativas empreendidas no sentido de modificar as aparências e os cuidados prestados ao corpo são indispensáveis para torná-lo mais agradável aos olhos de quem está observando e para o “dono” do próprio corpo sentir-se mais atraente. Assim, ter uma boa aparência é fundamental para ser alguém. Aparecer é então o ato de mostrar-se para alguém.

“Ah minha filha! Quano eu quero ficá mai bunita, deixa eu contá à você, certo? Vou me maquiá, quano eu vou pra uma festa tá pensano que eu se pareço com essa velhinha de 38, é? Vocês tão pensano mermo? Quano eu me arrumo, mai deixa eu contá bem sério. Quano eu pego que me arrumo, sabe, que eu passo nessa rua, mai minha filha, mai dá um show mermo de tão elegante que eu fico, certeza. É pruque eu tô agora mei... Eu sou peifeita. Eu num tenho barriga, sou uma mulé já de idade, eu num tenho barriga, quando eu me maquiao que eu fico bem maquiadinha, mai se vocês vê, vocês num me conhece não. Esses povo daqui, que mora aqui, quano vê eu arrumada,

Ave Maria, fica peifeito, fica, pensano que essa daí saiu de outro canto. Não, não sou bunita nada. Eu me acho feia, mai, porque num sou bem arrumadinha. (...) Se eu me arrumá um pouquinho, certo, o povo dí: oxente e é tu é fulana? Ai eu digo: oxen, e pru que? É, e os hôme, que, se eu passá bem arrumada ele dí: mai olha que muié bunita. Você acha que os hôme, quano as muié tá bem bacaninha, eles acha mai bunita do que quano tá assim, quinem eu, né?”. (Fada – 38 anos, casada)

Há casos em que a harmonia conjugal é uma das principais finalidades do embelezamento feminino. Percebemos, entre algumas mulheres casadas, que recusar o embelezamento, indica desleixo feminino, que pode colocar em risco a fidelidade do marido. O ato de se cuidar objetiva, nesse sentido, “segurar” o marido. A mulher é responsável pela manutenção do casamento e até pela fidelidade ou não do marido. As palavras das mulheres, muitas vezes, legitimam a idéia, difundida socialmente, do homem enquanto um ser polígamo. A infidelidade masculina é considerada normal, do mesmo jeito que as mulheres são colocadas enquanto seres “normalmente” monogâmicos. A mulher, o tempo todo, tem que estar bela para seduzir o marido, com o propósito de não amornar a relação. Visa, desse modo, a manutenção dos laços conjugais. A mulher introjeta, daí, o seu papel de objeto erótico. Papel delimitado pelas diferenciações dos modelos de gênero.

“Depois de casada continuo cuidando de minha aparência do mermo jeito de quano era soltêra porque se eu me relaxá ai meu marido “ah! Eu vou procurá outra, porque ela num tá do jeito de antes” e porque é importante pra mulhé, num é? A pessoa num pode se relaxá, num pode ficá feia, só porque casou, num é?” (Elaine – 22 anos, casada)

“Eu gosto de me arrumá pa meu marido, e assim, quano eu vou passeá. Porque a gente bem arrumado a gente chama atenção, num é? Porque é pro meu marido, pra ele gostá mai de mim”. (Samanta – 30 anos, casada)

“Quano casada, sempre me cuidei, sempre tive cuidado porque se casa e se for se disligá de tudo ai num dá não. Se o hôme quer a gente bunita quano é sotêra, adepoi que casa a mulé tem que continuar se arrumano do mermo jeito ou melhó, porque há muita coisa que muda na gente. A gente num é a merma pessoa, como o corpo, a barriga da gente, a gente começa a ter minino e num fica a merma coisa, aí, tem que se arrumá mermo, num pode se desleixá não”. (Vênus – 34 anos, casada)

A finalidade do arrumar-se pode está inscrita na necessidade de agradar e seduzir o cônjuge como também para conseguir namorado. O embelezar-se feminino, nesse sentido, tem o objetivo de corresponder as expectativas das outras pessoas, dos homens, por exemplo.

“Ah! Eu me maqueio, eu uso roupa bunita pra chamá a atenção dos rapaz. A pessoa se veste, tem roupa bunita, a pessoa se veste com roupa bunita chama a atenção dos homens, que aqui no Mororó é o que tem. É só vesti roupa bunita e os outro fica olhano. Se vesti roupa feia os outro fica olhano, mangando”. (Carmem – 14 anos, solteira)

Evidenciamos que das 24 mulheres casadas – correspondendo à 43,6% das mulheres que entrevistamos –, 05 delas falaram que se produziam principalmente para agradar os maridos. Entre as 25 solteiras – correspondendo à 45,5% das mulheres entrevistadas –, 21 delas falaram que se arrumavam para tentar agradar o namorado e, caso não tivessem namorado, para conseguir um namorado. Vejamos que a preocupação em parecer mais bonita é bem maior entre as mulheres solteiras.

Por outro lado, há quem se produza (apenas três depoentes), para agradar unicamente a si mesmo, como efeito de um auto-investimento.

“Assim, eu gosto de me arrumá e ficá bunita pra mim mermo, num é? Eu num vou me arrumá com intenção de chamá atenção das pessoa porque isso aí, eu também não gosto de chamá atenção, de dizê assim, não, eu vou butá essa roupa assim, ou essa roupa longa, ou uma sainha curta pra chamá atenção das pessoa, dos rapazes. Que eu não gosto disso, sabe? Gosto de ser discreta e de tá bunita pra mim mermo”. (Afrodite – 24 anos, solteira)

No seguinte discurso, percebemos, claramente, a ligação da vaidade ao pecado. Detecta-se a subjetivação das regras religiosas limitando e/ou impedindo à vaidade.

“Não, não, nunca gostei de vaidade não. Eu gostava de ir, assim, você sabe adonde é que eu gosto muito, é de avisitá Frei Damião, no túmulo de frei Damião, pra missa, ir pra Juazeiro (...) Toda vida eu num gostei não de, de coisa de pecado não, de pintura, vaidade, essas coisa. Meu enfeite só era vesti, calçá e viajá, assim, fazêno romaria. Deus me livre. Nunca butei batom, nunca butei tinta em unha, nunca vesti sutiã, nada disso. Me criei no tempo antigo. Me diga minha filha, uma pessoa de 85 ano, já vou entrá pa 86, agora em setembro, me diga pelamor de Deus pra que, pra que pecá, pra que pecá tanto? Num pode, a gente tem que trabalhá pra sê de Deus. Porque a pessoa que trabalha pa sê de Deus, um dia quano ele morrê, né, pode

até a gente se saivá, tem que sê aqui na terra, sê boa pessoa pa Deus, pa podê Jesus saivá nós, então, desde o tempo de moça que eu não peço com esses pecado todo de vaidade. As vei quano eu tô sozinha eu assisto umas novelinha mai pedino perdão à Jesus: “oh Jesus, me perdoe pelo amor de Deus”. Que eu sei que novela num é da parte de Deus. É parte do maligno. Só é mulé teno filho, beijano boca, fazêno escandêlo, mulé nua, eu num gosto daquilo”. (Jaqueline (foto 02) – 85 anos, casada)

Segundo as concepções tradicionais da Igreja Católica, o corpo é significado enquanto um templo sacro, santo. Os cuidados com o corpo limita-se, quando muito, à sua higiene. A beleza física, a boa aparência, a procura da vaidade, são entendidas enquanto “coisas” supérfluas, que não agrada a Deus. O importante é cuidar da beleza “moral”, interior. É perigoso intervir no próprio corpo em nome de objetivos pessoais e dos caprichos da beleza, da vaidade e da moda. Tais sacrifícios, tal negação do corpo, isto é, não ter os seus desejos satisfeitos, não submetê-lo – o corpo – à vaidade e obedecer a um Deus que tudo vê e tudo controla, que é a vontade mais soberana de todas, serão recompensados depois da morte, quando todos os seus desejos serão satisfeitos. Enquanto ocasião e lugar de pecado, o corpo físico deverá ser desprezado, negado.

Também não deixaremos de focar a idade de Jaqueline, pertencente a uma geração mais antiga, que subjetivou outros modelos de como ser, onde o corpo não era dessacralizado. Por isso ela se ofende com esse corpo que é mostrado atualmente nos meios de comunicação de massa. Um corpo desnudado, sexualizado, dessacralizado. Mesmo associando vaidade ao pecado, não deixamos de perceber que Jaqueline marcou um horário para a entrevista, um horário em que ela estivesse livre dos afazeres domésticos, para que desse tempo dela tomar banho, colocar uma roupa melhor, enfim, de ficar mais bonita para ser fotografada. O curioso é que a mesma pediu, quando percebeu que estava usando óculos no momento que foi fotografada, para ser fotografada uma segunda vez. Segundo Jaqueline, os óculos escondia o seu rosto, deixando-a feia. Percebemos, então, que a vaidade, os gestos de embelezamento negados por Jaqueline, são aqueles que mostram o corpo, que tenta modificá-lo a partir de recursos superficiais, como a maquiagem, por exemplo.

Precárias condições econômicas constitui-se como um dos obstáculos à vaidade. A introjeção dos modelos de subjetividade capitalística, pautada no desejo de consumo, pode deixar o sujeito não economicamente preparado para o consumo, insatisfeito,

invejoso daqueles que podem consumir. A realidade das mulheres, muitas vezes uma realidade de muito sofrimento, trabalho e pobreza econômica, limitava-lhes o acesso à vaidade.

“Eu era muito vaidosa. Eu tinha inveja, assim, das moça que podia mais, que usava muita rôpa bunita. Que tinha gente aqui que usava muita rôpa bunita. E as pessoa pobre sempre tem vontade mai num pode, num é? E eu então tinha inveja. Tinha raiva da vida. Eu era vaidosa só num usava porque eu num podia, porque o dinheiro que a gente ganhava num dava pa comprá, só pa comida, mai que eu tinha vontade de ser, assim, de usá, ôxe, eu mai!!!”
(Eliana – 38 anos, divorciada)

A privação econômica de algumas mulheres pode estar ligada à dependência econômica que muitas delas têm de seus maridos/companheiros/ pais e até filhos. No caso de Sade, o fato de não ser independente financeiramente – já que o dinheiro do marido não é para ser gasto com “besteiras” de vaidade feminina – e a falta de tempo, atrapalha o ato de arrumar-se. A sua maternidade transformou-se em limitadora de uma outra identidade – a da mulher independente, com mais liberdade. Nesse sentido, a maternidade muda totalmente o tempo e o ritmo do cotidiano da mulher. Um outro ponto a ser focado é que os afazeres domésticos foram subjetivados e identificados, automaticamente, como serviço de mulher ou biologicamente determinados às mulheres. Tais serviços domésticos, toma muito tempo da mulher e priva-a de se cuidar. Vemos, daí, que uma dada naturalização da divisão sexual do trabalho – tendo a mulher como responsável pelos afazeres domésticos e o homem como provedor – concretizou-se com o casamento.

“Bom, eu já me considerei né, quano eu morava em Campina, que num tinha filho, era bem cuidadinha. Aí hoje eu num me considero uma mulhé bunita porque eu num tenho tempo de me cuidá tanto como eu me cuidava. Eu era muito vaidosa, fazia minhas unha toda semana, ia pro salão de beleza quano eu trabalhava em Campina, dava escovinha no meu cabelo, toda vei que vinha pra qui procurava vim com uma rôpa bem bunita, tá entendêno, e eu me sentia uma pessoa bunita, mais hoje eu num me sinto. A vaidade ficou menos foi depoi que eu tive filho, porque aí eu passei a tomá conta da casa, passei a tomá conta de filho e tempo que tem num dá nem pra cuidá de tudo e dirá da gente se cuidá direito, tá entendêno? Também deixei de trabalhá, num tenho dinheiro só pra mim, pa comprá as coisa só pra mim, aí o cuidá de mim, a minha vaidade fica mei difice, tá entendêno? Se ficá

pidino o meu marido pode achá que é dinheiro, que é gastar com besteira.” (Sade – 21 anos, casada)

“Não, depois de casada num sou tão vaidosa mais não. Acho que o trabalho, num é? A gente trabalha mais do que quano era soltêra. Num dá tempo pra essas coisa de se arrumá não. Quano soltêra eu gostava de acompanhar moda, tava sempre arrumando o cabelo, fazeno penteado, cuidando das unhas, cuidando de tudo, né? E hoje não, hoje tudo é mai difíce”. (Simone – 39 anos, casada)

Por outro lado, vimos que algumas mulheres continuam, depois de casadas, cuidando de si da mesma maneira de quando eram solteiras, ou até mais, como no caso de Rute, pela melhora de vida e/ou das condições financeiras.

“Continuo vaidosa do mermo modelo quano era sotêra, talvez mais ainda, pur cause que quano eu era soltêra meu pai num podia sabe, comprá as coisa que eu queria e hoje em dia, graças a Deus, eu posso. Ai o povo dí que eu fico mais arrumada do que quano eu era sotêra, porque eu num gosto de sai assim, porque tem gente que sai de todo jeito, eu num gosto”. (Rute (foto 12) – 27 anos, casada)

“Do mermo jeito, continuei se ajeitano do mermo jeito. Nunca deixei de cortá meu cabelim, nunca deixei de butá batom, perfume, pó, não. Meu cabelim é na mesma moda”. (Minerva – 59 anos, casada)

Percebe-se que recursos econômicos maiores são fundamentais para se “comprar” a beleza. O acesso ou não aos meios e/ou produtos destinados ao embelezamento irá depender das condições econômicas das mulheres.

De uma maneira geral, ao nosso ver, percebemos que há investimento narcisista no próprio corpo das mulheres do Mororó. Porém, a maioria delas, não possui uma percepção espetacular do próprio corpo. Apesar de saberem das vantagens sociais que uma mulher esteticamente bonita tem, não percebem o próprio corpo como bem de capital. Não ouvimos das mulheres mais jovens, mesmo entre as mais bonitas, o desejo de ser modelo, artista ou algo parecido. Elas não pretendem ser diferente ou mostrar-se diferente das outras mulheres. A vaidade é sutil, simples, necessária em certas situações sociais, para se apresentarem bem aos olhos das outras pessoas, para se sentirem bem consigo mesmas e/ou agradar ou conseguir um companheiro. Há regras do cuidado de si que deverão ser cotidianas, como o tomar banho e escovar os dentes, por exemplo.

Como os recursos econômicos das mulheres entrevistadas por nós – e, acreditamos, a partir de pesquisas futuras – não são suficientes para

não são consideravelmente elevados, e como há uma defesa do corpo natural e/ou do corpo tal qual Deus lhes deu, poucas mulheres (16,4%), como já foi dito, idealizam mudanças radicais em seus corpos, como lipoescultura, por exemplo. Também na localidade não existe academia de ginástica. Aliás, quando perguntamos para algumas mulheres se gostariam de praticar ginástica, exercícios físicos, etc., pelo menos as mais velhas e a grande maioria das casadas falaram que a vida árdua, os trabalhos incessantes e cansativos realizados todos os dias, já as deixavam bastante cansadas e desmotivadas para quererem fazer alguma atividade física e/ou esportiva. Há, porém, no Mororó, um time de futebol feminino formado por mulheres na faixa dos 18 anos. As mais jovens sonham com um clube recreativo no Mororó.⁴³

A partir de nossas observações e dos discursos das mulheres afirmamos que a grande maioria delas querem ser bonitas, porém, dentro de suas possibilidades. Grande parte dos depoimentos, assegura que o ato de arrumar-se pode deixar a mulher mais bonita, mesmo àquela despossuída de beleza. É o ato de arrumar-se que possibilita a aproximação da mulher do Mororó aos ideais de beleza feminina.

“Eu acho bunito se uma mulé for bem arrumada, ela sabê se arrumá bem, eu acho bunito. Ela sabê se arrumá, né? Se ela sair assim bem arrumada, ela sair prum canto, as vez ela é feia e fica bunita, né? Se ela visti uma roupa bem bunita, um calçado muito..., sabê se pintá, ela fica bunita, né? É, eu acho bunita”. (Lili – 46 anos, casada)

“Uma mulé é bunita quando ela se arruma, que as mulé de hoje em dia, daqui, num é bunita, sabe? Não tem mulé bunita não. As mulé se pinta pra ficá bunita, aí quano eu vejo aqui uma mulé bem bunita, bem pintada, aí eu digo: mas pensa que mulé bunita!! Mas pur que, porque ela tá bem arrumada, bem pintada, né, e se ela num tiver quinem tá eu aqui? Se eu me arrumá eu fico bunita, certo? Aí é a vaidade, né não? Das mulé? Ficar arrumada pra ir pras festa, bem lorde, aí fica bunita. Se eu pintá o ôi, ficá bunita, pra você vê que eu num fico buita”. (Fada – 38 anos, casada)

Nos três seguintes sub-itens – 1.2.1; 1.2.2 e 1.2.3 –, iremos abordar os modos das mulheres do Mororó se fazerem mais belas. Veremos o que essas mulheres colocam sobre seus corpos com o fim de embelezá-los, seguindo os gestos de embelezamento

⁴³ Em nossa penúltima visita ao Mororó, no mês de janeiro, ficamos sabendo que será construído um clube recreativo, com pelo menos uma quadra de esportes e uma piscina. Serão oferecidas aulas de natação, futebol e vôlei.

divulgados socialmente ou não, segundo uma carga de disciplinas e de saberes próprios e a partir de suas condições econômicas.

Nos questionamos: quais as condições reais das moradoras do Mororó obterem o corpo ideal? Afirmamos que é o contexto social e econômico do qual elas estão inseridas que irá delimitar os meios de ficarem mais belas. A partir das análises dos discursos e das observações, constatamos que o ato de arrumar-se e/ou embelezar-se, cotidianos ou exigidos em determinadas ocasiões sociais, disponíveis às mulheres do Mororó, compreende três momentos: a higiene e/ou depilação de certas áreas do corpo, o uso de uma roupa adequada a determinada ocasião e o uso da maquiagem. É verdade que tais práticas de embelezamento, indispensáveis para as depoentes de diferentes gerações, são limitadas a partir dos códigos de decência, dos preceitos religiosos e em função das condições econômicas e da faixa etária das mulheres. Esses gestos de embelezamento serão atravessados, também, por diferentes contextos históricos do Mororó.

1.2.1- A valorização das práticas de higiene e/ou depilação.

“Agora saúde é, assim, relacionado com a limpeza, porque se você não for limpo, se você não tem asseio com certeza você vai adquirir doenças”. (Adriana – 24 anos, solteira)

Percebemos, nesse depoimento, a subjetivação das práticas de higiene como algo que favorece à manutenção da saúde. A obrigação cotidiana dos cuidados corporais deve fazer parte da vida das mulheres. A água é algo que limpa, que protege o corpo, que deixa-o saudável. Segundo 92,7% das entrevistadas, o cheiro do corpo, estando este sujo ou não, deve ser eliminado com sabonete e desodorante ou disfarçado com perfume. O tomar banho, lavar os cabelos e perfumar-se é o primeiro passo, segundo 67,3% das depoentes, do ato de arrumar-se, de embelezar-se.

É importante focalizar que as normas sociais de higienização do corpo, que são modificadas no decorrer do tempo, regularizam as práticas de higiene corporal. Portanto, as práticas de higiene atuais são pautadas nas normas sociais modernas de higienização do corpo.

No Mororó, a higienização do corpo feminino, os banho diários, o lavar o corpo usando sabonete e os cabelos usando *shampoo*, diz respeito a reprodução das práticas de higienização difundidas na nossa sociedade a partir do século XIX.⁴⁴

Segundo Filho (1991), no Brasil, o discurso higienista começou a influenciar às famílias no século XIX, com o objetivo de forjar o indivíduo “forte”, “saudável”. Foi, portanto, para dar conta de suas atribuições, que os higienistas tinham enquanto propósito criar o corpo saudável, robusto e harmonioso organicamente em oposição ao corpo relapso, flácido e doentio do indivíduo colonial.

Vigarello (1996), na sua história da limpeza corporal, diz que o cuidado com a limpeza, as formas de praticá-la são determinadas a partir de uma norma de limpeza. Tais padrões mudam de acordo com a época ou a sociedade. A higiene do corpo, a sua quase obrigação de praticá-la atualmente, tem uma estreita ligação com as transformações da relação dos seres humanos com seu corpo. Por exemplo: “*a toalete “seca” do cortesão, esfregando o rosto com um pano branco em vez de se lavar, corresponde a uma norma de limpeza absolutamente racional no século XVII. Hoje ela não tem sentido*” (Vigarello, 1996: 03). Nesse modo, a limpeza é inventada e reinventada a partir das imagens que se tem do corpo numa determinada época.⁴⁵

Essa quase exigência em ser limpo nasce, também, do código social. Há uma necessidade social de ser limpo, nem que seja apenas em razão do cheiro desagradável e do aspecto que apresentam os indivíduos sujos. Vemos, nos discursos seguintes, que o discurso higienista é absorvido pelas mulheres.

“Uma mulhé bunita é uma mulhé bem cuidada, é, é, limpa, produzida, bem arrumada. A mulhé tem que tá limpinha”. (Adriana – 24 anos, solteira)

“Bom, a mulhé bunita, a bunita da mulhé bunita é natural, não precisa..., aquela que é bunita num precisa muita coisa pra ela ser bunita, mais uma mulhé bem limpa, num precisa ter muita vaidade não. A bunita da mulhé ela é andá bem tratada, bem arrumadinha, cheirosa, limpinha”. (Sílvia – 67 anos, casada)

⁴⁴ O banho com água foi ganhando terreno na primeira metade do século XIX. O próprio uso do sabão só foi promovido enquanto cosmético por excelência de higienização, instrumento de limpeza e de saúde, no início do século XIX.

⁴⁵ Por exemplo, nos séculos XVI e XVII imaginava-se que a água era capaz de se infiltrar no corpo, fragilizando os órgãos, abrindo os poros para os ares maléficos. Foi preciso mudar a imagem do corpo para que banhos com água fossem bem vindos e/ou aceitos.

Incorporando a linguagem médico-higienista, a falta de higiene, de cuidados pessoais com a boca, com os cabelos e as unhas são apontadas tanto como algo prejudicial à saúde, como algo que estraga a aparência da pessoa, deixando-a feia.

“Uma pessoa com as unhas sujas, dentes feio e sujo, cabelo desajeitado, sujo, com piolho, faz parte da saúde e também da beleza, num é? Os dente, também faz, uma pessoa com os dente estragado. Tanto é fei uma pessoa banguela, suja, como também é ruim pra saúde dela”.
(Ilza (foto 06) – 19 anos, solteira)

Percebemos que os comerciais de televisão mostram atos de embelezamento e de higiene como profundamente prazerosos. Lembremos do comercial, apresentado atualmente na Rede Globo, do sabonete “Lux – Skincare – onde a atriz e modelo Carolina Ferraz (fig. 13) se delicia com o prazer do banho. É uma positividade, própria de nossa época, atribuída ao prazer de cuidar de si mesma. São mulheres belíssimas, quase sempre jovens, modelos de beleza, que se querem “iguais a todo mundo” e que sugerem um contentamento único e solitário: aquele de cuidar do próprio corpo – comerciais de sabonete e de *shampoo*, por exemplo, onde uma bela mulher toma banho numa banheira de espuma ou debaixo de um chuveiro, sempre se acariciando, demonstrando um semblante de prazer. Segundo Sant’Anna (1995), o amor pelo próprio corpo implica em aumentar os níveis de prazer nos cuidados pessoais.

“Parece difícil resistir ao dever de ser bela quando ele fala mais do “prazer de uma carícia” do que do esforço, prometendo além da beleza “um momento de encontro com o próprio corpo”, pleno de sensações refrescantes”.
(Sant’Anna, 1995: 134)

A sensação do prazer em se cuidar, da valorização do banho, parece ser vivenciado por uma jovem moradora do Mororó.

“Você pode ver, as mulheres adoram, adoram se cuidá. Tá limpinha, cheirosa. Eu mermo adoro quano tô me cuidano, tumâno banho, me ajeitâno, ficando frequinha, sabe? Limpinha e cheirosa. Adoro, gosto mesmo de me cuidá”. (Melissa (foto 23) – 26 anos, solteira)

É evidente que a grande maioria das moradoras do Mororó, mesmo que desejem, não possuem condições para realizar essa prática de banho prazeroso. Moradoras de uma região quente e seca, escassa em abastecimento de água, muitas vezes, para essas mulheres, o tomar banho torna-se um sacrifício em vez de um prazer, principalmente porque na maioria das residências não existe água encanada. A água é limitada e

prioritária para beber e fazer comida. O banho deve ser tomado com um mínimo de água possível. Melissa, por exemplo, sente prazer em tomar banho porque na sua casa tem água encanada. Ela é uma privilegiada, inclusive, porque não precisa ir buscar água no poço para realizar o próprio banho. Entretanto, mesmo a água sendo escassa, percebemos, em quase todos os depoimentos, que há uma grande valorização da higiene feminina, das qualidades de um corpo limpo.

Constatamos que uma senhora, dona da casa onde a pesquisadora ficou mais ou menos dois meses hospedada, apesar de falar da importância de uma mulher ser “limpinha”, várias vezes, depois de passar um dia inteiro trabalhando na roça, dormia sem tomar banho. Há uma enorme discrepância entre o discurso e o que realmente pratica, ou seja, a negação da higiene corporal. Dessa forma, ela transgride a convenção social colocada pelas mulheres do Mororó que seria, pelo menos, um banho diário.

A higiene pode visar, em particular, a manutenção dos laços conjugais. O investimento prático na limpeza não se reduz, simplesmente, a tentar evitar doenças, mas, enquanto poder feminino da sedução. Há uma subjetivação de um tipo de educação dada às mulheres para que se concentrem em agradar aos homens, tendo que estarem bonitas e limpas para se sentirem seguras, dignas de serem amadas e desejadas.

“Tem que me arrumá pa gente ficá mai bunita. Começano com um banho bem tomado, rapá o que deve ser rapado, nas perna, braç..., debaixo dos braço, isso é muito importante e limpim, num é? Fazê sombrancelha. Fica cheirano bem, principalmente pro meu marido, que hôme num quer tê mulhé fedorenta não, senão deixa”. (Sade – 21 anos, casada)

Apenas 12,7% das mulheres (07, das casadas) falaram que se preocupavam com a higiene do corpo para manter acesa a chama do amor conjugal. Percebe-se que a preocupação em agradar os homens não é majoritária entre as mulheres casadas.

Vê-se que a prática de depilar as pernas é um gesto de embelezamento quase exclusivamente feminino.

“A mulhé tem que ser limpinha, as unhas bem ajeitadinha, limpinha, o cabelo num é, que quase sempre é grandão, aí mermo é que tem que ser limpim. As perna ajeitadinha, num deixá os cabelo da perna crescê muito senão fica disleixada, é sujo e fei, entende? É essas coisa assim”. (Ilza (foto 06) – 19 anos, solteira)

Sabemos que as mulheres, geralmente, tem menos pêlos no corpo do que os homens, porém, em várias culturas, inclusive a nossa, são as únicas a removê-los quase que totalmente. Fazendo isso, acentuam a diferença entre o corpo masculino e o feminino. A existência de pêlos em certas áreas do corpo da mulher é considerado desleixo e sujeira.

Porém, num depoimento, vemos a quebra de uma das normas fundamentais de embelezamento feminino, o depilamento, em favor de um visual mais natural.

“Gosto de minha sobrancelha mesmo. Eu gosto das coisa bem assim, permanente mermo, sem precisá mudá, do jeito que é mermo, que eu nunca fiz mai eu gosto do jeito dela assim mesmo, bem pretinha, num é, grossinha. (...) Mulé, não, não depilo não. Depilá num é rapá tudim, sem deixá nadinha, num é? Olhe, como já disse mermo nunca rapei não, é do jeito que sempre foi, mai, mai, é, tem uns lugá que a gente precisa tá cortando um pouquim, assim, de vez em quano, num é não? Assim, debaixo do braço. Mai rapá perna, debaixo do braço, nunca, nunca fiz não. Pode olhá.” (Magna – 47 anos, casada)

Fazer as sobrancelhas (para 27,3% das mulheres), considerado ato propriamente feminino, é indispensável num rosto que queira aparecer mais bonito para as outras pessoas.

“Ah! Eu sempre faço as sobrancelhas pra ficá com o rosto mais bonito. Faço assim, bem fininha”. (Sade – 21 anos, casada)

Essa exigência de depilar os pêlos das pernas, das axilas e das sobrancelhas, dá-se, principalmente, em certas circunstâncias, quando as mulheres precisam ir a uma festa, por exemplo.

Quanto “o fazer” ou depilar as sobrancelhas ou não, colocamos que estas mudam de uma linha fina de lápis para uma forma grossa e natural. Atualmente, a partir das observações de alguns exemplares de revistas de beleza e/ou moda publicados nos últimos seis meses, como as revistas “Elle”, “Boa Forma”, “Cláudia” e “Nova”, comprovamos que o ideal de sobrancelhas são aquelas nem muito finas e nem muito grossas. Há mais ou menos três anos atrás a moda era deixar as sobrancelhas finíssimas. Na década de 30, por exemplo, no século passado, a moda era raspar as sobrancelhas. As mulheres do Mororó não podem ser generalizadas quanto às suas opções de sobrancelhas. Há aquelas que usam sobrancelhas finas e outras que as deixam ao

natural, não depilando os pêlos. Porém, não deixamos de perceber que a maioria, principalmente as mulheres de mais idade, não costumam depilar as sobrancelhas.

Normalmente as mulheres se sentem constrangidas com os pêlos que nascem no rosto, principalmente, porque pode comprometer a sua feminilidade. Barba e bigode são “coisas” de homem, não de mulher. No caso de Afrodite, ela tolera, achando até charmoso, o seu “bigode”, não o percebendo como imperfeição, ou “coisa” de homem.

“Me considero bonita mesmo com meu bigodim. As pessoa fala... Acho bunito o meu bigodim. O meu bigode, eu num gostaria de tirar, eu gosto, acho até charmoso.”
(Afrodite – 24 anos, solteira)

Já uma outra mulher, despreza o seu “bigodinho”, desejando tirá-lo. Reproduz, nesse sentido, na experiência cotidiana, regras de embelezamento feminino que são instituídos socialmente.

“No rosto, eu gosto dele, só esse bigodinho que eu num gosto, só que eu num tiro direto, se tivesse um tratamento, eu tiro, tirava de vez, porque eu num gosto não, as pessoa fala muito de mim diz “olha, ela tem bigodinho”, aí fala muito de mim. As veze eu fico envergonhadinha. É cabelo desnecessario na mulhé, na gente né, sempre é feio, num é? pur que a gente num, num, a gente tem que tirá cabelo, assim, nas perna, debaxo do, do braço, no, no, só.”
(Melissa (foto 23) – 26 anos, solteira)

Muitas entrevistadas falaram de sua preocupação com os dentes estragados, o mau hálito, os odores corporais e, principalmente, com as mãos ásperas. Obviamente as mãos estão relacionadas com a aparência da mulher, através de certas qualidades convencionalmente femininas, como a suavidade e a maciez. Na verdade, elas idealizam algo que não conseguem obter, exatamente porque para se ter dentes sadios e/ou tratados é preciso recursos financeiros para realizarem o tratamento dentário. A preocupação com as mãos ásperas surgiram mais nos depoimentos das mulheres que trabalham na roça e/ou daquelas que são responsáveis pelos afazeres domésticos, como lavar roupa e louça, passar roupa, cozinhar, etc. Odores corporais são difíceis de serem disfarçados, ainda mais, porque muitas dessas mulheres trabalham arduamente o dia inteiro numa localidade de temperatura bastante elevada e/ou quente.

Independentemente da idade das mulheres, o perfume faz parte da arrumação, do processo de embelezamento, assim como o uso do desodorante, do creme hidratante para o corpo e do “Leite de Rosas” ou “Leite de Colônia”. Constatamos que todas as entrevistadas falaram que usam perfume e desodorante; creme hidratante é usado por 23

mulheres e o “Leite de Rosas” ou “Leite de Colônia” por 46 delas. Percebemos que cuidados que visam a higiene das unhas, dos cabelos, a higiene do corpo e a depilação das pernas e das axilas, são realidades vivenciadas pela maioria das mulheres observadas no Mororó. Porém, alguns cuidados com o corpo são realizados pelas mulheres, como já enfocamos, principalmente em ocasiões especiais. Os produtos de limpeza corporal são adquiridos nos pontos comerciais do Mororó, nas cidades, como Campina Grande ou Barra de Santana e, principalmente, nos catálogos de cosméticos “Avon” e “Natura”, onde são comprados perfumes e cremes hidratantes para a pele.

Constatamos que não há salão de beleza no Mororó, mas, duas moças fazem pedicure e manicure. Geralmente, as cutículas são retiradas das unhas e estas são pintadas, também, em certas ocasiões sociais como festas, batizados, casamentos, etc. O fazer às unhas, portanto, não é uma realidade cotidiana ou semanal. As cores usadas nas unhas, quase sempre, são claras. Apenas uma depoente (das 08 que mandam fazer as unhas, todas na faixa etária dos 30 anos) prefere as unhas pintadas de vermelho, cor de terra ou vinho.

1.2.2- Modos de se “vestir”.

Nesse item, iremos focar o vestuário, tratando-o como uma forma de linguagem. Como toda forma de linguagem possui suas regras.

“Vestuário também é comunicação, entendendo-se como vestuário não só a roupa propriamente dita, mas todo um conjunto de acessórios, adornos, calçados, penteados, etc., que compõem visualmente o “look” do sujeito. Buscar compreender o que dizem os códigos do vestuário é tomar este como um tipo de linguagem não-verbal.”
(Guedes, 1996: 01-02)

A partir de nossas observações, percebemos que no Mororó, enquanto zona rural, as vivências não são perpassadas exclusivamente pelo tradicional. É certo que o isolamento do meio rural foi quase totalmente rompido – seja pela construção de estradas, possibilitando livre locomoção, pelos meios de comunicação ou mesmo pela mobilidade de alguns de seus membros que vão à cidade para estudar, trabalhar, passear ou para serviços domésticos, etc. – e, por esse motivo, detectamos modas e modismos vigentes na cidade, circulando pelo meio rural.

De acordo com Guedes (1996), existem regras para o jogo do vestir, e estas regras tornam-se difíceis de serem totalmente compreendidas uma vez que não são

fixas. O conjunto de regras do vestir é variável no tempo, como também depende do sexo e do gosto de quem as utiliza tanto no meio social como na região. Além do mais, cada indivíduo e cada sociedade adotam táticas próprias para desempenhar este jogo/comunicação.⁴⁶ Neste “desempenho” a arbitragem é realizada por aquilo que regulamenta temporariamente o jogo. A essas regras damos o nome de moda, que são as referências temporais quem expressam o(s) estilo(s).

Quanto ao vestuário feminino, este diferencia-se do masculino na apresentação, na decoração, na caracterização das formas femininas de corpo mais ligada a moda. Uma das características da moda da mulher é representar feminilidade. A moda feminina oscila entre o mais sensual e menos sensual. É expressão e complemento de beleza. A moda das saias, por exemplo, ora sobe, ora desce. O estilo de roupa cobre e descobre certas áreas do corpo feminino.

Nos discursos, percebemos a grande importância dada ao vestuário, enquanto meio de embelezar as aparências femininas. É verdade que o uso da roupa adequada é regularizada por códigos de decência, que variam historicamente.

Magna, no seu testemunho, faz uma reflexão a respeito da moda atual e da moda que ela usava no tempo que era mais jovem, a mais ou menos trinta anos atrás. Comparando-as, a atual é considerada imprópria para o uso, indecente. Geralmente, a roupa da moda é criada para mulheres jovens, por isso ela permite ousar, exibir certas partes do corpo feminino. Não devemos deixar de questionar a respeito da idade de Magna, do seu lugar social de mulher casada. Ela avalia a moda atual a partir de um código de decência que estipula roupas adequadas para mulheres casadas e de mais idade. Isso não significa que as roupas da moda que a mesma usou quando era mais jovem não fossem, na época, consideradas igualmente indecentes.

“Eu usava as rôpa mai da moda, as veze, mai não escandalosa. Num tinha rôpa escandalosa, sabe, curta. Hoje as rôpa da moda são quase tudim escandalosa, pode ver”. (Magna – 47 anos, casada)

Observamos que algumas de nossas depoentes, mesmo dizendo que não usam roupas da moda, inconscientemente estão usando-as: seja uma cor que está na moda, um calçado, um modelo de blusa, o comprimento das saias, etc. No caso de Jane, encontramos-la, várias vezes, usando roupas que estavam na moda na época de nossas entrevistas e observações.

⁴⁶ Enfocando no caso do Brasil, há uma acentuada liberdade de traje. O nosso clima tropical permite o uso

“Num uso nada de moda. Não gosto de moda não. Não, num sou uma pessoa que dá “pronto, tal coisa tá na moda, vou logo comprá, usá, num sou disso não. As moda num acho muito bunita não”. (Jane (foto 24) – 22 anos, solteira)

A moda é uma regra do vestir de uma determinada época. A moda pode jogar com tudo, com os termos inversos, indiferente com o antigo e com o novo, com o belo e com o feio, com o moral e o imoral. É evidente que as pessoas não a usa tal como é dada. Elas reelaboram a moda, escolhem aquilo que mais as agrada. Não introjetam a moda de uma forma totalizante e passiva.

“Num sou muito de acompanhá moda não, sabe? Rôpa eu uso assim, num sou muito de acompanhar moda não, depende da moda que eu acompanho, mais num são todas não. Só aquelas que combina com o meu jeito. As moda são muito diferente demais, quase não dá pra usá por aqui mermo, é muita extravagância, sabe? As mais simpre, as minina daqui usa. Eu também”. (Rasana (foto 13) – 29 anos, solteira)

Com o propósito de dissimular e/ou corrigir os “problemas” de beleza, muitas mulheres são adeptas de artifícios que remodelam seus corpos. Vê-se que uma depoente usa a cinta feminina com o objetivo de modelar o corpo, deixando-o mais bonito e elegante, ou seja, mais próximo do ideal de corpo feminino: cintura fina e barriga rígida. Nesse sentido, a cinta faz parte do seu vestuário; é uma peça íntima do vestuário feminino usada quando a mulher deve aparecer mais bonita e elegante.

“A gente tem que proteger o corpo da gente minha filha. Proteger assim filha, usá uma cinta, que, que protega o corpo da gente, fazê uma roupa que fique bem no corpo da gente e eu gosto. Eu sinto que quano eu me arrumo pra saí, boto a cinta, que a gente se arruma, se, bota uma cinta, a gente fica mais, uma pessoa mais elegante, num é? A cinturinha fininha. Bota uma roupa bem, que fique bem no corpo da gente, a gente se acha mais bunita, num é? Eu sou vaidosinha ainda minha filha”. (Sílvia – 67 anos, casada)

É verdade que esse artifício de embelezamento, ou seja, o ajustamento da cintura através do uso da cinta, tão usado pelas gerações de mulheres mais antigas,⁴⁷ principalmente depois do parto, está perdendo espaço na atualidade. Não podemos deixar de mencionar que Silvia – a única entrevistada que falou usar cinta – é uma senhora de 67 anos, que usa cinta desde o tempo que era mais jovem. No Mororó, percebemos que as cintas estão sendo substituídas por modeladores corporais mais confortáveis. Pelo menos quatro mulheres falaram usar modelador corporal, todas, possuindo uma condição financeira privilegiada. Uma dessas depoentes, falou usar um modelador de *lycra* com o intuito de conseguir uma cintura mais fina e diminuir a sua barriga que ficou saliente depois do nascimento de sua filha.

Achamos interessante mencionar que, no século XIX, na nossa sociedade, as mulheres também desejavam ter cinturas de “pilão”⁴⁸, de “vespa”. Apertavam suas cinturas em espartilhos, remodelando seus corpos artificialmente para se encaixar no ideal de beleza popular da época. Tal modelação chegava a atrofiar as últimas costelas e a prejudicar o baço, os rins e o fígado.

No Mororó, algumas mulheres de gerações mais antigas, falaram que era comum, no tempo em que elas eram mais jovens, ajustar a frauda dos bebês femininos, deixando-a bem apertada, com o intuito de modelar fisicamente o corpo dessas crianças. Essa prática de enfaixamento e/ou de modelação física das meninas tinha o objetivo de proporcionar uma “cinturinha de pilão” e um quadril mais largo, atributos físicos indispensáveis, digamos, a mais ou menos trinta anos atrás, à beleza física e feminilidade das mulheres.

“Minha irmã mermo Nilda, eu e ôtras irmã, a gente apertava a frauda com tanta força que o bucho de Nilda ficava roxim, sabe? Mamãe mermo disse um dia que a gente num tava fazêno muito certo não, que num era, assim, pa amarrá com tanta força não senão a minina morria era sufocada de tanto apertão, vice?” (Bia, 51 anos, desquitada)

Percebemos, então, que tal prática de modelamento manifestava, na realidade, certas representações do corpo feminino.

⁴⁷ Das 15 depoentes que têm mais de 40 anos, 13 falaram que usaram cinta quando eram mais jovens principalmente depois do nascimento dos filhos.

⁴⁸ A valorização da cintura fina feminina iniciou-se no século XII. Ver: CAMPOS, Heloisa. **50 Mil Anos de Moda**. Revista *Atrevida*, nov. 1995. p. 108-112.

A roupa, também, deverá adequar-se ao corpo da mulher, sob o risco de, se for o contrário, deixá-la feia e ridícula. Não podemos deixar de enfatizar que as roupas da moda são desenhadas para corpos, digamos, considerados “perfeitos”.

“Assim a rôpa. É a pessoa, assim, uma mulé bem gorda e tá com o imbigo de fora, aquela barriga pra mim é muito fei, num é? Assim, pa uma mulé, uma mulé, sabe? Eu acho muito feio”. (Lili – 46 anos, casada)

O visual exótico, o estilo sutilmente do “fora”, predominantemente de algumas “tribos” urbanas – apesar de que, atualmente, tem-se visto acessórios, enfeites e visuais antes considerados “*underground*”, marginal⁴⁹, transformando-se em moda –, não é bem visto por uma de nossas depoentes. Percebe-se que a tatuagem é vista com preconceito, como “ vaidade” de deliçúente. A cabeça raspada é um sacrilégio, principalmente para quem considera cabelos longos e lisos enquanto representação da feminilidade e beleza da mulher.

“As veze é o modo dela se vistí, rasgado, acho que num tem nada haver. Como tem umas mulé que usa fantasia, tatuagem, rapa cabeça, acho isso horrível”. (Assunção (foto 15) – 16 anos, solteira)

Assunção falou que viu esse tipo de visual, acreditamos que dos *punks*, *skinheads*, *headbangers*, etc., em algumas novelas e programas de televisão, considerando-o “*coisa de gente doida*”.

Mesmo percebendo que a mídia mostra mulheres de aparências menos jovens, usando plenamente roupas de moda e/ou roupas consideradas mais convenientes para mulheres mais jovens, no discurso a seguir vemos um certo preconceito em relação ao fato colocado. Nesse caso, a mulher de mais idade deverá colocar-se na sua posição de “senhora”, vestir-se de acordo com a sua idade.

“Uma mulhé velha, Ave Maria, é ridiculo, mulé ser, se vesti quinem mocinha, se arrumá. As idade né, cada um ser como as idade manda, né? Se comportá com a idade também”. (Rosa – 35 anos, casada)

No jogo da liberdade do vestir, supomos que a idade cronológica deveria ser o menos importante. É evidente que uma senhora que se veste mais jovialmente está quebrando, radicalmente, os ditames de vestuário que são construídos para cada faixa etária. No caso de Minerva é claro, a partir de nossas observações, o uso de roupas

⁴⁹ Como o uso de tatuagens e “*piercings*”, significando simbolo de rebeldia, desconstrução dos modos corretos de se apresentar na sociedade.

consideradas convenientes apenas para os mais jovens. Pelo seu jeito de apresentar-se em público, de vestir-se, escutamos, algumas vezes, as pessoas dizerem que “*ela era fraca do juízo*”.

“Eu usava as rôpa da moda mermo. Num ia no tempo velho não. Tinha que sê nas rôpa da moda. Eu via nas revista. Agora mermo, eu tenho essa idade e ainda uso rôpa da moda, Num ligo não. Gostâno!! Uso calça de jeans, até uma botinha eu comprei, num ligo não. Gostâno!!”. (Minerva – 59 anos, casada)

Verificamos uma certa defesa do pudor no ato de vestir-se. Compromete a reputação de uma mulher “direita”, usar roupas consideradas muito ousadas ou sensuais, que mostrem o corpo, provocando o desejo sexual dos homens.

“Tem que ser assim, bem composta, bem comportadinha, assim, num dá certo mulé vistindo com, andá com rôpa curta, pa chamá atenção dos hôme num é? Porque tem gente que anda com rôpa bem curtinha, apertadinha num é, sem manga, cavada assim, ai eles já, tem gente que fica sotano piada, num é? Num é certo não, andá com rôpa só pa chamá atenção dos hômes”. (Magna – 47 anos, casada)

Verifica-se nos depoimentos que, no caso das práticas do vestir, a vulgaridade contrapõem-se à decência. As entrevistadas estabelecem limites entre a roupa certa e a errada. Roupas que mostram muito o corpo não são bem vistas. O comportamento “suspeito” da mulher poderá está inscrito no tipo de roupa que ela usa. Mesmo assim, percebemos que algumas mulheres entrevistadas, mesmo defendendo discursos que estipulam tipos de vestuários adequados para uma mulher vestir, ou seja, uma roupa “composta”, foram “vistas”, por nós, transgredindo às normas, vestindo-se de maneira que elas consideram “indecente” e proibido a uma mulher direita. Nesse sentido, muitas vezes há uma grande contradição entre o dito e a prática. Se identificam com os modelos de decência impostos pela sociedade, no entanto, não os vivenciam totalmente.

“Eu acho que a roupa conta muito, o estilo dela se vistí. Uma roupa muito curta também, não é, não combina e também o comportamento dela, num é? Uma mulé ser linda e maravilhosa se for uma mulé vulgar, ai eu acho que num combina com ela, a vulgaridade. Vulgar nas rôpa, extravagante, rôpa curta, mostrâno a barriga, os peito, que dá encima dos hôme, só”. (Afrodite – 24 anos, solteira)

“As veze uma roupa muito exagerada, muito curta num combina com a mulhé, de jeito nenhum. A gente tem que

usá assim, roupa comportada. Têm mulheres que ela é bem bunita mas as veze ela usa cada roupinha que acaba com a mulhé. Os hôme num gosta disso. É, as veze têm umas que vai saí, assim, pra rua, de blusinha bem curtinha, só cubrino os seio, shortinho bem curtinho, eu acho essas roupa tão desagradave, usá em casa, em casa tudo bem, mais as veze pra saí num combina muito não, tá amostrâno muito a roup..., o corpo". (Melissa (foto 23) – 26 anos, solteira)

O uso da calça comprida, normalmente usada por qualquer mulher nos dias atuais, independentemente de sua idade, no passado – mais ou menos há trinta, quarenta anos atrás – sofreu um certo preconceito, por não corresponder ao conceito de feminilidade, por significar a masculinização da mulher.

"Naquele tempo mulé num falava de calça nada. Ave Maria, se visse uma mulé com uma calça nesse tempo acho que os povo danava pedra, Vige Nossa Senhora! Porque calça, mulé era pa sê vistido, rôpa de mulé, num era? E hôme usava calça, calça era rôpa de hôme, rôpa de hôme. Num é que hoje em dia não. Pra trás era assim viu? Ninguém via uma pessoa mulé com short ou com uma calça. Deus me livre." (Poliana – 59 anos, desquitada)

Tantas preocupações e regras do embelezamento não impediram que muitas moças, com maior ou menor ousadia, fugissem aos padrões de vestimenta estabelecidos mais ou menos na década de 70. Calça comprida, roupas sem mangas e saias curtas, para os padrões daquela época no Mororó, eram quase como "tabus". Uma depoente, depois de passar um tempo em Goiás, tendo subjetivado a moda dos anos setenta, voltou para o Mororó usando o que era proibido para os moradores da referida zona rural. Diva ousou vestir calça comprida, roupas sem mangas e saias curtas. Constata-se que, o comprimento da saia usada por Diva, considerada curta naquela época, diferencia-se da saia considerada curta na atualidade.

"Era um pouquim vaidosa, assim, uma roupinha curta, usava roupa curta. Mini saia não, num é, porque antigamente a tal da mini-saia num usava. Assim, a rôpa curtinha eu gostava, assim, no juelho, sem manga, usava calça comprida. Apesá da calça cumprida ser rôpa de hôme naquele tempo, mai eu num me importava não. Também passei uns tempos em Goiás e lá era normal mulhé vistí calça, sabe? Aí me acostumei e usava também, incrusive aqui mermo no Mororó. Acho que as pessoa falava, num sei, nunca vi falano, num sei." (Diva (foto 21) – 51 anos, casada)

Quando era solteira, o pai de Bia privava-lhe de usar calça comprida e roupas sem manga. O casamento pôde proporcionar à Bia uma mudança de comportamento, uma maior liberdade em relação aos cuidados com o corpo, a escolha das roupas e as práticas de embelezamento.

“Na minha época de mocinha num tinha esse negócio de moda e tinha também o problema de papai. Que calça cumprida a gente num vistia, que ele num deixava, porque ele dizia que quem usava calça comprida era hôme, que calça cumprida ficou pra hôme, aí eu num vistia. Isso aí você num usava não. Assim, a minha vaidade mai era assim limitada por conta de papai, nera? Eu vim visti calça cumprida depois de casada, depois de vinte anos de idade, porque quâno estava na casa de papai ele num deixava visti calça comprida. Era coisa de hôme. Depois de casada procurei me cuidá melhó, entendeu, porque já num tinha papai ali mandâno. Eu já podia vesti roupa sem manga, eu já vestia calça comprida. Procurava me ajeitar mais” (Bia – 51 anos, desquitada)

O perfil traçado para a esposa conveniente conta com a discricão das roupas. Existem regras do vestir que a mulher casada deverá submeter-se, respeitando os ditames da moral. No depoimento de Fada, constata-se que as mulheres casadas deverão usar as roupas certas ou “esconder” o corpo – corpo que apenas o marido poderá ver desnudado – sob pena de estarem ofendendo a honra, respeitabilidade ou dignidade do marido. Vemos que o julgamento do comportamento do marido depende, nesses casos, do comportamento da mulher, em relação ao seu modo de vestir.

“Têm umas fulana aqui, daqui mermo, casada que usa umas roupinha, só veno. Roupa escandalosa, shortim curto, as blusa mostrâno os peito de lado. Isso é jeito de muié casada? Oh marido mole. Eu largava ela, vice?” (Fada – 38 anos, casada)

A mesma depoente, Fada, que abomina o uso de roupas “indecentes” para as mulheres casadas, quando era solteira se permitia vestir roupas “ousadas” para a época (a mais ou menos vinte anos atrás). O “jeito”, o “modelo” sensual da roupa, servia para atrair namorados ou, futuros pretendentes a marido. Depois de casada, a vaidade construída para seduzir, o corpo erótico, sedutor, cede lugar a um corpo conveniente para uma mulher casada. Desse modo, a dimensão erótica do corpo, do vestir, perde sentido depois de casada, já que o objetivo da vaidade era apenas conseguir um companheiro do sexo oposto.

“É diferente, sabe? Pruque quâno eu era solteira eu era mai diferente do que sou agora. Que eu tinha outro modelo, certo, de usar. Eu gostava de moda e hoje em dia em num gosto mai. Minha roupa é assim sabe, composta e quâno eu era solteira quanto mai escandalosa que eu achava bunito. Eu gostava de rôpa escandalosa praque moça quanto mai uma roupa nua, os rapaz gostava e ficava mai bunita. Agora olhe, as costa, o espinhaço, tudo isso aí era comigo mermo, eu gostava”. (Fada – 38 anos, casada)

Quanto às roupas de moda, há a defesa de que elas são apropriadas apenas à mulher de corpo bem feito, sendo permitido a esta, quando não é casada, mostrar o seu corpo bonito. É evidente que a grande maioria das roupas da moda – quase sempre adequadas apenas aos corpos magros – não caem bem na maioria dos corpos.

“Existe a maneira certa, pronto, rôpa de moda mermo é só pras mulhé de corpo bem feito, num é não? Aí sim, elas pode mostrá o corpo. Eu acho bunito mostrá o corpo quano a mulhé é bunita, corpo bem feito, sabe? Também tem mulhé casada que quer se vistí como uma moça sotêra e num acho conveniente, purque tem que ser mais, a rôpa dela ser uma rôpa mais composta. Purque tem mulhé casada que gosta de andá de costa nua, calça justa demai, saia muito curta ou shortim também. Essas coisa, eu acho, pra mim mermo, eu num acho certo não. Tá, num tá respeitâno o marido de jeito nenhum. Os outro fica olhâno, soltâno piada, dizêno que o marido é frouxo, corno, essas coisa toda”. (Eugênia – 18 anos, solteira)

A moda, além de fazer o pescoço parecer mais longo ou mais curto, os seios maiores ou não, os ombros mais largos, a cintura mais marcada, os quadris mais curvilíneos, etc., no mundo da moda ocidental, por exemplo, sempre em mudança, uma geração mostra as pernas, outra os seios, outra as costas, mantendo o interesse sexual vivo e concentrado, fazendo o corpo parecer com infinitas possibilidades eróticas.

Atitudes de submissão, o “controle” do marido, e a opção religiosa, pode cercar a vaidade. Esse controle que se faz sobre o estreito território do corpo. O discurso religioso, nesse caso, delimita as normas do vestir, dicotomizando as roupas entre aquelas decentes e as impróprias, vulgares, obscenas. O discurso é norteadado pelas concepções do cristianismo, dando ênfase ao “mal” que determinados comportamentos assumem.

“Do mermo jeito, e meu esposo também num queria, num é? Mermo que eu quisesse ser vaidosa, usá rôpa curta,

decotada, meu esposo não queria não, eu conheço. Desde solteira ele num gostou de vaidade em mulhé, assim, porque ele é evangélico também, num é, eu sou também, mais antes de ser evangélica eu também nunca gostei dessas coisa escandalosa, saia curta, calça comprida, essas coisa”. (Magna – 47 anos, casada)

Como base nesse depoimento, vemos o protótipo de mulher “objeto”, dependente, pronta para atender as exigências do marido e obedecê-lo.

Entre as entrevistadas, 16,4% defenderam a liberdade do vestir, violando a vontade do marido no momento de vestir-se.

“Eu acho que cada um tem o seu modo de se vesti. Eu acho que esse negócio de dizê só tem uma maneira de se vesti, não, eu acho que cada um se veste do jeito que gosta. Eu mermo, casada sabe, uso a rôpa que quizé, mermo sabeno que meu marido num gosta, uso calça bem apertadinha. Só num mostro o imbigio porque a minha barriga é gorda demais. Pra mim, corpo bunito é pra ser amostrado mermo, entende?”. (Morgana (foto 16) – 23 anos, casada)

Os ditames religiosos, como já foi visto, muitas vezes, interfere ou limita as práticas de embelezamento e a vaidade. Muda até antigos comportamentos cotidianos. O discurso religioso normaliza os corpos femininos dentro de preocupações com a pureza física e mental das mulheres. Como exemplo, citamos a entrevistada Ilza que (ver foto 06), antes de se tornar freqüentadora de uma Igreja evangélica, usava calça comprida, blusas decotadas, saias e vestidos mais curtos, etc. O discurso da Igreja, que abomina à vaidade “gratuita”, foi introjetado pela mesma, modificando a sua relação com a vaidade e com o próprio corpo. Há uma certa renúncia do corpo enquanto objeto de sedução. A principal mudança de Ilza deu-se no modo de se vestir. Percebe-se que a Igreja divulga discursos ligados à decência e à indecência, indicando a vestimenta e os comportamentos “corretos”. Nesse sentido, de acordo com as recomendações da decência, a mulher pouco vestida, que mostra certas partes do corpo, como o colo, a barriga, as pernas, etc., é aquela que não possui pudor, é depravada. A Igreja legitima regras do vestir, delimitando o certo e o errado. É uma maneira que a Igreja possui de conseguir a sujeição do corpo, conseguindo como resultado o corpo dócil, obediente e disciplinado, através de um discurso que tem o propósito de manipular o corpo, treiná-lo para obedecer.

“Eu antes eu usava muita calça assim, agora, hoje em dia, eu só uso mais saia. Só que eu num gosto muito de saia

longa. Uso mais em casa, agora pra sai gosto de uma saia meio curta, assim, no Joelho. Eu me acho muito simples assim, tinha mais vaidade. Só que agora, depois que eu tô na Assembléia de Deus, faz uns dois meses, num é, eu num me acho tão vaidosa. Num dô mais importância para isso, entende? Soltava o cabelo, usava brinco, cordão, anel, agora não. Agora só anel. Soltá o cabelo eu ainda solto, deixei de usá calça comprida”. (Ilza (foto 06) – 19 anos, solteira)

Bologne (1990) cita um tratado escrito em 1601 por um moralista religioso que já descrevia a função do vestuário: *“as roupas servem para cobrir a nossa vergonha de nudez e para defender o corpo da intempérie do ar, do frio e do calor.”* (1990: 55) É evidente que cada religião, cada cultura, cada povo, grupo social, divulga os seus pudores. Por exemplo, as mulheres muçumanas não mostram o seu rosto, sob pena de, no mínimo, ferirem à decência legitimada e, no máximo, serem apedrejadas.

Um outro ponto a ser focado, diz respeito à valorização ou não do acúmulo de roupas. No seguinte depoimento percebe-se que a roupa é uma necessidade e não algo “supérfluo”, que serve para embelezar.

“Oi, na minha infância o que eu possuía era dois vistidim, um de casa e ôtro de sai. Pra trás minha filha, num tinha essa coisa de hoje não, era. Num só tinha um coipo, pa quê muita rôpa? As mãe da gente nem os pais num dexava não. Tinha esse negoço de visti sem manga, mai pelo amor do vigário, não. Nem essa história de hoje, a pessoa tinha, chegá a hora de ir pa uma diversão num sabe nem a rôpa que vai visti, né? De tanto que tem, poi num é não, ôxe, ôxe, ôxe! Pa trás num tinha isso não rapai. Ainda hoje tenho pouca rôpa. Pra que tanta rôpa? Tinha essas história de vaidade não.” (Poliana – 59 anos, desquitada)

Guatarri (1986), falando da subjetividade capitalística, que é o modelo de subjetividade dominante, diz que esta tem alguns elementos centrais que possibilita a manutenção do sistema capitalista. O próprio desejo de consumo, a necessidade de consumo está intrínseca nesse padrão de subjetividade. Vemos que no processo de singularização, ou seja, o momento em que podemos resistir à incorporação desses modos dominantes de como ser, que têm o objetivo de fazer as pessoas parecidas uma com as outras, Poliana não assentiu, não subjetivou essa necessidade, tão divulgada pela mídia, de consumo “gratuito”. Também não devemos deixar de explicitar que tal depoente, quando era jovem, morava num sitio, tinha poucos recursos financeiros, trabalhando o dia inteiro na roça. Como ela mesmo falou, os pais não tinham condições

financeiras para comprar roupas. Mesmo assim, nunca se importou com esse fato, já que, até hoje, mesmo possuindo melhores condições e dizendo ser vaidosa, não vê sentido em possuir tantas roupas.

As roupas adquiridas pelas moradoras do Mororó são praticamente as mesmas adquiridas pelos habitantes da cidade que possuem um poder aquisitivo semelhante. Mesmo assim, não podemos deixar de informar que quase todas as mulheres, independentemente da idade e condição financeira, compram roupas pouquíssimas vezes ao ano. As roupas são compradas quando as antigas estão ficando velhas e impróprias para o uso em público e não para serem acumuladas. As peças muito gastas do vestuário são usadas em casa. Elas não costumam comprar roupas para serem usadas no dia a dia, em casa. Apenas os “*shorts*” são comprados para serem diretamente usados em casa ou mais informalmente (ver foto 25). Apesar de comprarem roupas da moda, principalmente as mulheres mais jovens, não há aquela exigência de abandonar as antigas roupas quando surgem outras da moda. Elas não acompanham a moda. Mas quando necessitam comprar uma roupa, escolhem a que está na moda. Também não usam roupas de grife. Não falam em marcas de roupa mais conhecidas como: *Ellus*, *Vide Bula*, *Gasoline Blue Jeans*, *Iódice*, etc., mesmo que esteja usando uma falsificada, com uma etiqueta igualmente falsificada. Apenas uma entrevistada, Adriana, usa roupa de marca dizendo que elas são melhores e mais bem feitas. Não podemos esquecer que Adriana, além de ser independente financeiramente, trabalha como comerciária em Campina Grande – possibilitando o contato desta com as roupas de grife – e faz parte de uma família, digamos, abastada economicamente.

De uma maneira geral, a maioria das moças que vivem no Mororó se vestem com roupas que estão na moda seja porque desejam ser e/ou estar modernas quando as usam, ou mesmo inconscientemente, sem saber que são roupas da moda. Não percebemos, então, uma diferença significativa entre o vestuário da jovem da zona rural e a jovem da cidade. Enquanto roupas da moda, isso, na época que fizemos a pesquisa de campo, vimos calça de cintura baixa, calça boca de sino e botas. Observamos que o vestido não é uma roupa muito usada pelas mulheres mais jovens. Estas preferem usar calça comprida para passear e ir às festas, e “*shorts*” para ficarem em casa. Essa preferência pelas calças compridas entre as mulheres mais jovens reflete uma mudança nos padrões de vestuário já que a calça comprida se constitui quase um “tabu” entre as mulheres que têm mais de quarenta anos. Estas, preferem usar vestidos, saias ou “*shorts*” compridos. Pouquíssimas senhoras (apenas duas, entre as que entrevistamos)

usam aquele estilo e/ou vestuário que poderia ser associado ao estilo propriamente rural (ver foto 22): vestidos com estampas coloridas, geralmente floridos, lenço amarrado na cabeça, etc. Porém, preferimos denominar tal “visual” de tradicional, tendo em vista que algumas mulheres do meio urbano também se vestem dessa maneira.

De acordo com os discursos das entrevistadas, as roupas escolhidas para serem vestidas pelas mulheres vai depender do ambiente e da idade das mesmas, por exemplo, numa Igreja o “certo” é usar uma roupa composta e não calça “*jeans*” ou uma blusa de alça. Para ir a Igreja, elas devem usar uma saia comprida, um vestido longo. Numa festa chique elas defendem o uso de uma roupa mais “produzida”. Num jogo de futebol, numa festa de rua, a preferência é por uma roupa que as deixe mais a vontade, como “*shorts*”, por exemplo. Detectamos que a elegância feminina quase sempre é associada ao uso de uma roupa mais composta e não a uma roupa vulgar, que deixa o corpo à mostra. Muitas mulheres, principalmente entre aquelas de mais idade, consideram a calça que mostra o umbigo indecente. Mesmo assim, a maioria das moças usam calça “*santropéz*”. Uma adolescente (Marisa – 17 anos, solteira) (ver foto 18) falou que achava calça de cintura baixa feia e indecente, porém, mesmo a mãe proibindo-a de usar tal calça, ela mesma falou que só compra calça de cintura baixa, não usando-a mostrando o umbigo – coisa que observamos não ser verdade – mas com uma blusa comprida por dentro da calça. Acessórios como brincos, anéis e colares e/ou correntinhas de ouro ou banhadas à ouro, são usados, independentemente da idade, porém não em excesso; há uma evidente economia de enfeites. Pulseiras, relógios e óculos escuros não são bem vindos entre elas. Pouquíssimas usam bolsas. Há um acentuado uso de bonés pelas mulheres, mesmo entre aquelas que trabalham no campo, substituindo o chapéu de palha, que servem para proteger o rosto dos raios solares.

Os calçados preferidos, entre as mulheres mais jovens, para ir à alguma festa são aqueles que possuem um salto. Vê-se que sandálias e sapatos altíssimos têm o propósito de deixar as mulheres mais “empinadas”, sensuais e altas. O salto alto impõe um ritmo de andar “delicado”, gracioso, considerado feminino. Muitas vezes o desconforto é tolerável quando o objetivo é ficar mais bela. As mulheres de mais idade, preferem sandálias e sapatos de salto baixo, por acharem estes mais confortáveis.

Onde são compradas as roupas e acessórios? Geralmente, as roupas são compradas das “sacoleiras”, moradoras do Mororó, e/ou diretamente nas lojas, principalmente em Campina Grande.

A maquiagem também é necessária para embelezar a mulher da zona rural, juntamente com as práticas de higiene e/ou de depilação e o uso de uma roupa “certa”. No item seguinte, portanto, iremos abordar o uso da maquiagem pelas mulheres do Mororó.

1.2.3- Modos de se “pintar”.

O uso de maquiagem e cosméticos não é uma invenção moderna. Como exemplo, Etoff (1999) diz que os egípcios antigos já usavam maquiagem. *“No Museu Britânico há uma caixa de cosméticos para mulheres, do Egito, datando de aproximadamente 1400 a.C.”* (Etoff, 1999: 114)

Enquanto técnica de manipulação das aparências, *“o maquiar o rosto é tentar embelezá-lo, assim, levá-lo a falar a linguagem do que desejamos parecer.”* (Rivière, 1996: 192)

Segundo Rivière (1996), enquanto prática repetitiva (por vezes, obsessiva), a maquiagem confirma, em geral, uma feminidade distinta (por vezes, narcísica), um pouco erógena, tanto diante do espelho, quanto na relação com as outras pessoas. Objetivando seduzir, série de operações repetidas com vários agentes de coloração, creme de base, delineador para os lábios, pincel para os olhos, pó para o rosto etc., transformam o dado natural tornando-o auto-satisfatório, mais conveniente, agradável ao olhar, segundo critérios culturais particulares.

É certo que na nossa sociedade, um homem com um rosto considerado “normal” não precisa se maquiar para ter que mostrar-se bonito. A maquiagem, portanto, é associada à feminilidade, faz parte do embelezamento “exclusivo” das mulheres. É evidente que não estamos nos referindo aquela maquiagem que esconde imperfeições, que os homens podem usá-la dependendo da ocasião, como, por exemplo, os modelos masculinos, atores, apresentadores de telejornais e de programas televisivos, etc. Estamos falando da maquiagem que visa mudar a cor da pele em certos pontos do rosto, que visa colorir o rosto, alongar os cílios, aumentar o tamanho dos lábios, deixar os olhos mais sedutores e provocantes, etc.

Estojo de maquiagem, lançados pelo mercado, apropriados para a pele sensível das meninas, são dados as mesmas como “brinquedo”. A maquiagem – pelo menos o

batom, a sombra, o “*blush*”, etc. – é destinada apenas para o embelezamento feminino.⁵⁰

Como foi comprovado no capítulo I, grande parte de nossas depoentes não sabiam descrever um rosto de homem bonito, e isso, porque beleza facial está associada à feminilidade e não à masculinidade. Rosto bonito é coisa de mulher. Homem, geralmente, deve ter “cara de homem”. Nesse sentido, vê-se que, em relação às mulheres, há uma importância da beleza facial feminina. A exposição dos rostos ideais femininos apareceram com muita facilidade, ao contrário da descrição das faces masculinas. Por isso, acreditando que há uma percepção mais detalhada e uma maior valorização da beleza facial feminina, o uso da maquiagem entre as mulheres é regra, não ocorrendo o mesmo entre os homens.

Nesse item, iremos abordar como as mulheres do Mororó vêem o uso da maquiagem. O que elas usam em suas faces? Verificamos que o uso da maquiagem é o principal artifício embelezador feminino, que transforma a mulher da zona rural numa mulher adequada às situações sociais que exigem uma melhor aparência. É interessante salientar que a maquiagem usada atualmente no Mororó, no passado poderia ser considerada artificial, arriscada, algo que apenas as mulheres indecentes usavam. Verifica-se que transformam-se os níveis de tolerância no seu uso.

De acordo com Freedman (1994), os artifícios de embelezamento são um sinal potente de sexualidade e também de sociabilidade. Em uma ou outra ocasião, quase todas as mulheres usam o corpo, a face, como um chamariz sexual. “*Anjo ou demônio? – dizia um poderoso anúncio de cosméticos, devido ao seu sugestivo significado dúbio.*” (Freedman, 1994: 246) Dando o exemplo da maquiagem, um rosto pintado ao “exagero” pode despertar sentimentos ambivalentes a respeito da sexualidade daquela pessoa. Lembremos que, antigamente, a pintura era a marca de uma prostituta ou de uma mulher devassa. Até a Bíblia adverte: “*mesmo que você se pinte de vermelho ...e mesmo que aumente seus olhos com pintura, vai se tornar mais bela em vão: seus amantes irão desprezá-la.*” (Velho Testamento, Jeremias)

No depoimento de Célia vemos que a beleza feminina ainda se alia as regras de uma moral católica: “a mulher de mais má pinta é a que mais a cara pinta”. O embelezamento “exagerado”, como por exemplo, o uso de muita maquiagem no rosto, de cores fortes, corre o risco de indicar uma moral duvidosa. Nesse sentido, a

⁵⁰ Mesmo assim, existe no mercado, maquiagem para homens, sendo essa mais discreta ou menos aparente.

quantidade usada de maquiagem poderá diferenciar as mulheres entre as “não direitas”, ou seja, as “putas”, e as “direitas”. Um mundo que oscila entre as imagens da libertina e da santa. Unhas pintadas de vermelho – que poderia ser uma qualidade convencionalmente feminina –, cabelos tingidos de loiro, roupas “indecentes” e maquiagem considerada exagerada poderá deixar uma mulher, mesmo sendo bonita, menos bonita. Percebemos a beleza aliada às regras de decência. Nos discursos de Célia e de Leda vemos representações da mulher indecente: elas incutiram imagens de mulheres direitas e de mulheres putas, construídas socialmente, no momento de avaliar modos corretos de se maquiar, de se embelezar.

“A pintura do cabelo sabe, acho que num combina. (...) Pintura loira, de cabelo, parece de quenga, aquelas loira falsa. E, mulhé nua, que anda nua demais também não combina com a beleza da mulhé. Você já viu mulhé elegante, chique com pouca roupa? Também a maquiage extravagante, né? Muito pó, muita base, sombra, essas coisa que parece de putinha”. (Célia – 25 anos, divorciada)

“Eu acho esmalte vermelho, num gosto não, num parece de mulhé direita não. Parece coisa de mulhé da vida, sabe?”. (Leda (foto 13) – 32 anos, solteira)

No discurso de Vênus percebemos que o pai controlava a vaidade da filha, principalmente no que se refere à maquiagem. Tal controle baseava-se na classificação entre moças de família e moças levianas. Talvez a maquiagem fosse vista como coisa de mulher vulgar. Com o intuito de “conservar a inocência da filha”, o pai proibia ou limitava o uso da maquiagem. A partir desses limites impostos pelo pai, identificamos nitidamente os códigos de moralidade que predominavam na educação dada a Vênus. O controle das mulheres dava-se a partir do adestramento, da normatização de seus corpos dentro dos ditames da castidade, da honestidade, da virtude e da submissão.

“Num usava maquiage porque painho num deixava; dizia que num era coisa de moça, mai de mulhé bem suspeitinha. Até batom era pra ser claro”. (Vênus – 34 anos, casada)

Como já foi focalizado, essa proibição do uso da maquiagem existia a partir de uma divisão entre mulheres direitas, de “boa família” e mulheres pervertidas, libertinas. A maquiagem colocada excessivamente, servia para indicar e confirmar o comportamento “suspeito” de uma moça. Para algumas moças “de família”, certos

produtos de maquiagem eram permitidos mas, dentro de certas regras: deveriam ter colorações discretas – ou seja, o rosto não deveria estar muito colorido e/ou maquiado –, e, no caso das mulheres do Mororó, limitava-se ao uso do pó compacto e do batom, bem clarinho. O “ruge” não era bem visto pelos pais, já que deixava as faces muito ruborizadas. Mesmo assim, uma depoente nos falou de sua ousadia, quebrando as regras do maquiagem decente: comprou, escondida dos pais, uma caixinha de “ruge” encarnado e, quando ia para escola ou às festas, passava nas bochechas e emprestava, também, para as amigas passarem. Percebemos que, várias mulheres, de diferentes gerações, comentaram a respeito do controle que seus pais exerciam sobre os seus corpos, escolhendo suas roupas, seus enfeites, intervindo, assim, no gosto pessoal de cada uma delas e/ou no desejo de se produzirem como bem entendessem. As chamadas moças de “boa família” deveriam seguir as regras de decência. Deveria respeitar e obedecer os pais já que eles encarnavam a própria decência. A ousadia, ou, a quebra de regras, que muitas delas falaram ter cometido, tinha seu preço: o castigo e/ou indiferença dos pais. Essas atitudes de vigilância e controle sobre as mulheres não impediram que as mesmas fugissem das regras.

Constata-se que algumas depoentes privilegiam uma aparência mais natural: a maquiagem deverá deixar de ser um verniz ou uma máscara para favorecer a naturalidade. É claro a valorização de um “look” natural. A maquiagem considerada “exagerada” não corresponde ao ideal de embelezamento ligado aos cuidados com o rosto.

“Eu num gosto muito não dessas coisa não de maquiage. Sou natural, acho mai bunito”. (Marta – 19 anos, solteira)

“Maquiage não uso, porque eu acho assim, que a maquiage deixa a pessoa, num é uma pessoa original. É maquiada não fica eu, entende? Fica uma máscara, artificial. Fica tipo fantasiada. Eu gosto mai de uma pessoa natural. Pronto, eu só boto um batonzinho bem claro, porque batom forte eu num gosto não. Sou discreta. Porque butou base, pó, todo mundo percebe, porque o seu braço é de uma cor e por mais que seja da mesma cor, a pintura da cara, mai muda um pouquinho. Ai eu num gosto não, assim, de lápis, sombra, pó e, memo que a pessoa fique bunita pintada, maquiada, num é ela sabe? É um negócio na cara dela”. (Elaine – 22 anos, casada)

A maquiagem “excessiva”, em vez de embelezar, poderá deixar a mulher mais feia.

“É, maquiagem demais, se, se for colocada em excesso fica feia, porque se você colocá um, um blache demais, ou então uma sombra demais fica muito pesado, eu acho mais feio do que ela tá sem nada, fica muito carregado.”
(Sabrina (foto 13) – 20 anos, solteira)

É verdade que o que é considerado exagero na maquiagem muda com o tempo e a sociedade. O que era considerado exagero há, digamos, cinco ou seis décadas atrás, não é na atualidade. Porém, a visão do exagero tem a ver, também, com a singularidade de cada pessoa. Como vimos, algumas mulheres se permitem apenas o uso de um batom “clarinho” como sendo o ideal, enquanto outras, observadas por nós, ousam usar cores mais fortes no rosto. Nesse sentido, as mulheres, muitas vezes, parecem andar numa corda bamba entre uma aparência atraente e uma aparência natural, entre usar pouca maquiagem e usar maquiagem demais.

Também existe a moda dos cosméticos: a maquiagem atualmente “pede” muito brilho e cores como dourado, prata e fluorescentes. Esse tipo de maquiagem não foi vista nos rostos das mulheres do Mororó. Os tons de cores dos cosméticos usados para maquiar as faces vão do rosa, do terra, passando pelo vinho até, mais raramente, o vermelho.

De uma maneira geral, a partir das opiniões das entrevistadas e, principalmente de nossas observações, as mulheres do Mororó, quase todas, independentemente de sua idade, usam maquiagem, porém, esta deve ser discreta. Por ordem de preferência e/ou uso, temos o batom, depois o pó compacto, base, e por último a sombra, o lápis para delinear os olhos e o “*blush*”. Não vimos nenhuma delas usar o rímel – cosmético destinado a alongar e escurecer os cílios. É importante mencionar que a base é um cosmético para “esconder” imperfeições na pele. Mesmo assim, verificamos que algumas mulheres, principalmente as mais jovens, mesmo tendo a cútis que consideramos perfeita, livre de manchas, espinhas e rugas, costumam usar a base no rosto. Algumas falaram que usavam base para clarear o rosto. Mais uma vez constatamos a rejeição da pele bronzeada. A cor branca da pele é a ideal. A sombra, quando usada, deve ser clara. O “*blush*” é usado entre as mulheres mais velhas, principalmente as senhoras. A cara “limpa”, usando apenas um batom de cor clara e, raramente, uma sombra também de tonalidade discreta, é bastante valorizada entre as mulheres mais jovens.

Acreditamos que o uso da maquiagem para as mulheres do Mororó, transformando o dado natural, ou seja, o rosto tal como ele é, num “outro” rosto,

fazendo-o auto-satisfatório, serve para torná-lo mais conveniente, agradável ao olhar, segundo critérios culturais e/ou particulares. De acordo com a opinião de algumas mulheres, usam maquiagem para ficarem com a face mais saudável. Nesse sentido, lábios vermelhos ou rosados e não brancos, maçãs do rosto rosadas e não pálidas anunciam saúde. Para as mulheres do Mororó, supomos, os efeitos da maquiagem proporciona uma aparência mais feminina. Usando maquiagem elas se sentem mais femininas e, conseqüentemente, mais bonitas.

A maquiagem não é uma prática repetitiva, não faz parte da rotina diária. Pouquíssimas mulheres, só as mais jovens, são vistas usando diariamente, pelo menos, o batom. A maquiagem “pede” ocasião para ser usada. Serve para deixar a mulher mais bonita e/ou feminina em certas ocasiões. É usada para combinar com uma roupa mais ajeitada, um perfume especial, etc.

Finalmente, o uso da maquiagem serve, quase sempre, para corrigir os “defeitos” do rosto feminino e acentuar o que tem de mais bonito. Muitas vezes o batom e/ou o delineador para lábios são usados para aumentar os mesmos, deixando-os mais próximos dos ideais atuais de lábios femininos: carnudos. No caso das depoentes, estas não costumam usar cosméticos com o objetivo de aumentar o tamanho dos lábios, isso porque lábios grossos, como já foi mostrado, não são considerados atraentes.

Pinturas nos cabelos não são bem vindas entre as mulheres do Mororó. Apenas seis entrevistadas falaram que tingiam seus cabelos para disfarçar os cabelos brancos e duas falaram que cabelo pintado de loiro é coisa de “puta”. Do mesmo jeito não costumam descolorir os pêlos dos braços e das pernas, preferem depilá-los, pelo menos os das pernas.

Apenas uma depoente de 14 anos (que falou achar a apresentadora e cantora Angélica o ideal de beleza), a única entrevistada que possui traços característicos negróides (ver foto 07), falou desejar “estirar” e pintar o seu cabelo de loiro, ou seja, deseja se distinguir daquelas características físicas consideradas negativas – cabelos crespos, nariz largo, etc. – que foram histórica e contextualmente construídas. Montes (1996) diz que não devemos esquecer que vivemos numa sociedade em que faz apenas um século que o negro era escravo; uma sociedade racista que diz que o negro é pobre, feio, sujo, fedido, não vai conseguir nada na vida, é ladrão, etc., todas referências culturais negativas. Evidentemente, ser branco é um valor.

De uma maneira geral, percebemos que não existe uma preocupação exagerada das mulheres do Mororó com o próprio corpo. Pelo menos, nas nossas observações e

conversas fora dos momentos de entrevistas, os assuntos prediletos discutidos pelas mulheres eram, entre as casadas, os filhos, os políticos, quem poderia “lucrar” ou não, as novelas, etc. As mais jovens preferiam conversar sobre namorados, paqueras, estudos e festas. Assuntos sobre moda, roupas, vaidade, mulher bonita ou homem bonito não eram prioritários nas conversas das mulheres do Mororó. Porém, em vários momentos, ouvimos comentários sobre roupas “indecentes” que certas mulheres casadas ou solteiras, as “vulgares”, estavam usando. Mesmo assim, isso não significa que elas não sejam vaidosas. Percebemos que a maioria delas são vaidosas, porém, o arrumar-se aparece a partir do momento que elas têm que aparecer em público, nas situações de passeio, para ir à uma festa, à Igreja, para ficar no final de semana na calçada da própria casa, esperando as amigas para conversar, etc. São os momentos em que a dona de casa, a mãe, a avô, a roceira, a comerciante deixa de ser uma “Gata Borralheira” para mostrar-se “Cinderela”.

A preocupação em mostrarem-se bonitas aparecia até nos momentos de serem fotografadas. Muitas, quando pedimos para tirarmos seus retratos, “fugiam”, alegando estarem feias e/ou sujas. Algumas solicitaram um tempo para poder se arrumar e (duas delas foram tomar banho – ver fotos 12 e 16 – passando, inclusive, perfume no corpo), apenas assim, serem fotografadas.

1.3- A vaidade, o cuidado de si, “é coisa” somente de mulher?

Nesse item, iremos nos deter nos discursos das mulheres do Mororó a respeito das práticas de embelezamento masculino. O que objetivamos é chamar atenção para o processo cultural de construção do masculino e do feminino. Masculinidade e feminilidade são apreendidos através de um encontro de fatores que constituem os sujeitos como homens e mulheres, são eles: comportamentos, posturas físicas, jeito de andar, sentar e falar, fala forte ou delicada, modos de se vestir e se embelezar, atividades e funções que são socialmente entendidas como sendo “naturais”. Esses jeitos de ser subjetivados – o falar, as posturas, o andar, o vestir-se, etc. –, diferenciados de acordo com o sexo, são sinais da perpetuação da divisão dos gêneros masculino e feminino, vivenciados cotidianamente.

“A insistência em associar a feminilidade à beleza não é nova. A idéia de que beleza está para o feminino assim

como a força está para o masculino, atravessa os séculos e as culturas.” (Sant’Anna, 1995: 121)

Percebemos essa idéia introjetada por Simone, quando considera que o ato de embelezamento é próprio das mulheres, como se fosse da natureza feminina⁵¹ querer estar sempre bonita. Segundo seu depoimento, os homens não se interessam em ficar bonitos. Quando muito, o máximo que podem desejar é ficar com o corpo asseado. Nesse sentido, há o fortalecimento dos clichês elaborados socialmente de que os homens não são vaidosos; são desleixados, não ligam para moda, etc.

“Eu acho que quem se preocupa mai com a beleza é a mulhé, né? Hôme é difícil de se preocupá com essas coisa, né? Os daqui mermo dos sitio, do Mororó num liga pra essas coisa não, pode vê. Mulhé é quem gosta dessas coisa, de ficá bunita, hôme num liga muito pra isso não. Liga, tem uns viu, num é todos não, liga de tá limpim e tá tudo bem. Isso num é coisa de hôme não. Isso de querê tá bunito, de ser bunito”. (Simone – 39 anos, casada)

Atualmente esse fato está sendo mudado. Os conselhos de beleza que antes se destinavam apenas às mulheres – desprovidas ou não de beleza –, pouco a pouco ganham certas fatias no mercado masculino, sobretudo no que diz respeito aos regimes e a ginástica. Etcoff (1999) salienta que o mercado da vaidade masculina expandiu-se nos últimos anos, mas o único seguimento que não se expandiu foi a maquiagem – a que colore o rosto – masculina.⁵²

A revista “Época”⁵³, evidencia que o século XXI marcará uma mudança radical no comportamento dos homens. A preocupação com a vaidade atualmente tem sido uma das grandes preocupações masculinas. Um dos principais motivos para esses cuidados, se deve às exigências de uma geração de mulheres que vêm recusando homens que se esquecem por completo da aparência. Não devemos esquecer que há uma cobrança da sociedade para que as mulheres sejam jovens e belas para agradarem ao público masculino.

⁵¹ Badinter (1993) diz que no final do século XIX a mulher ainda era vista próxima do animal, assim como o negro, sendo dominada por instintos primitivos, entre os quais, a vaidade.

⁵² Houve épocas, nos séculos XVII e XVIII, na França e Inglaterra, em que certa facção de homens, os preciosos, adotaram uma moda feminina e refinada, usando perucas longas, plumas extravagantes, roupas com abas, maquiagem, como pintas no rosto e ruge. Sobre os preciosos ver: BADINTER, Elisabeth. XY: **sobre a identidade masculina**. Tradução de Maria Ignez Duque Estrada. Rio e Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

⁵³ Ver edição 45, de 2000.

De acordo com as nossas observações, é claro que os homens do Mororó, assim como as mulheres, têm suas práticas de higiene e/ou de embelezamento limitadas pelo próprio contexto social e econômico onde estão inseridos. Como exemplo, os homens do Mororó não praticam musculação, ginástica, etc.; estão, também, muito longe de se adequarem aos ideais de beleza masculina que elas mesmas defenderam. Porém, 61,8% das entrevistadas sustentam que a busca da beleza deve ser assunto também dos homens. Afrodite, por exemplo, diz que qualquer pessoa, independentemente do seu gênero, gosta de se apresentar bonito para as outras pessoas. Assim, a preocupação com a aparência, a busca da beleza, consideradas exigências femininas, devem ser alvo, também, dos homens.

“Eu acho que os hôme também deve se preocupar porque a beleza não é só assunto da mulé. Existe também homens vaidosos que se preocupam mais com a beleza do que muitas mulheres. Eu mermo conheço uns daqui que são assim, super vaidoso. Porque a beleza na sociedade de hoje conta muito. Quem num quer ser bunito né, e se mostrá bunito pras outras pessoas?”. (Afrodite – 24 anos, solteira)

Percebemos que são admitidos aos homens certas preocupações e cuidados com a sua aparência. Nos depoimentos de Dara e de Sabrina, a vaidade do homem deve limitar-se mais a limpeza do corpo, das unhas, ao cuidado de estar sempre com os cabelos cortados, e ao uso de uma roupa limpa e bem arrumada. Cuidar do bigode e da barba são práticas de embelezamento masculinas. É evidente que os pêlos do corpo estão sob o delicado controle dos hormônios, daí os homens terem barba e as mulheres geralmente não. Os gestos de embelezamento considerados femininos, utilizados pelos homens, poderá comprometer a sua masculinidade. Percebe-se que os papéis de gênero, construídos socialmente, delimitam regras de embelezamento que deverá corresponder a cada sexo.

“Os hômes deve se preocupá com a beleza deles, porque o hôme num deve ficar, se disleixá da beleza, se deixá pra lá, se, num se arrumá como a mulhé se arruma sabe? Não usá as coisa que mulhé usa, num é, senão, já sabe... É coisa de bicha querêno ser mulhé. Mais, assim, eu acho num usá essas coisa assim de base, pó, creme pra pele, isso é só pra mulhé mermo. O hôme deve andá sempre limpinho, cabelo cortadim, rôpa ajeitadinha, as unhas, tudo, só”. (Dara (foto 20) – 13 anos, solteira)

“Tem muito h me, eu acho que tem h me que   até mais vaidoso do que a mulh , num é? Tem muito h me vaidoso, que só vive pintando os cabelo. Eu acho que a vaidade faz parte dos dois sexos, só que cada um é diferente do outro, num é? Tem vaidade que   só de mulh , como esmalte na unha, maquiage, creme no corpo, as r pa da moda, brinco, colar, essas coisa e o h me   barba feitinha, limpim, cabelo cortadim, r pa ajeitada, ele num, num, tira os cabelo da perna, tira?”. (Sabrina (foto13) – 20 anos, solteira)

Constatamos, nos testemunhos de Rafaela e Rosa, que a higiene do homem, e não são a da mulher,   indispensável para uma convivência harmoniosa do casal. Porém, segundo Rafaela, a tentativa de ficar bonita é mais uma obriga o para as mulheres do que para os homens. Ela estabelece limites em rela o ao embelezamento masculino e legitima a idéia de que a mulher deve procurar ser ou estar bonita. O homem cuidando da sua higiene, tendo o corpo limpo, já basta.

“Acho errado são a mulh  continuá se cuid no depoi de casada. O h me também tem que se cuidá senão a gente enjoa dele rapidinho. O meu mermo não há quem aguente. Desmantelado, as veze deixa a barba crescê, os cabelo, num lava os cabelo, fica fed no. Ave,   sacrifique, grande sacrifique t  viveno com um h me assim. Não tem gost  que ag ente”. (Rosa – 35 anos, casada)

“Os h me deve se interess  pela aparência deles. Deve se preocupá, mai não quinem as mulé, né, porque h me fedorento, sujo, fei, num há mulé que aguente por muito tempo, só se ela fingir muito bem, n  não? É, o negoço da mulé   ficá mai bunita, na aparência dela sabe, e o do h me, acho, acho eu n ,   t  limpim”. (Rafaela – 35 anos, casada)

Há mulheres que querem homens bonitos. Nesse sentido, os homens devem se arrumar, tentando ficarem mais bonitos com o intuito de conseguir agradar as próprias mulheres. Percebemos a feiúra do homem associada à falta de cuidado de si, de higiene. Assim, diz-se que os homens exigem mulheres sempre belas e que as mulheres exigem homens trabalhadores, limpos, responsáveis, etc. Nas nossas conversas com as mulheres algumas vezes esse fato se mostrou verdadeiro (29,1%): a beleza do homem estava quase sempre em último plano. Porém, constatamos que nem todas as mulheres (25,6%) desprezam o lado est tico do homem no momento de escolher um parceiro ideal.

“Acho que os h me também deve se preocupá com a aparência deles, porque por mais que a pessoa diga assim

que bunteza não influi num relacionamento, mais influi porque quano a gente tá namorando com um rapaz que ele é, que ele se descuida, pode percebê que um hôme com cabelo grande, aquela barba muito grande, unha suja e grande, fica um homem feio, aí já num fica bunito como se se cuidasse, num é?”. (Ilza (foto 06) – 19 anos, solteira)

“É, os hômes deve se preocupá também com a aparência deles num é, porque quano uma mulhé vê um hôme feio, eu mermo digo, Ave que hôme feio, Ave que hôme horroroso, e quâno ver um bunito né, olha que hôme lindo, olha as perna daquele hôme, olha o bumbum. Eu mermo só quero hôme bunito. Fei nem pra olhá dá, vice”. (Eugênia – 18 anos, solteira)

“Os hôme também, eles têm que ser bunito também. Se as mulhé se arruma, os hômes também deve se arrumá. Eu só olho pros bunito”. (Lilith (foto 18) – 14 anos, solteira)

“Sobre a questão da vaidade, o hôme deve ser sempre limpo, barba feita, os dentes perfeitos. Ah! Os hôme também deve se preocupá com a aparência deles. Meus filhos, inclusive, eles são muito vaidoso e são hôme, mais todos dois são muito vaidosos”. (Úrsula – 36 anos, casada)

Percebemos que as mulheres que mais se preocupam com a aparência dos homens são aquelas mais jovens. As mulheres pertencentes as gerações mais antigas preocupam-se com o fato do homem ser trabalhador, bom dono de casa, fiel, etc.

Constatamos que o filho mais velho de Úrsula tinha os cabelos compridos, porém, por insistência dos avós maternos, foi obrigado a cortá-los. Não podemos esquecer que na década de 60 os cabelos compridos indicavam rebeldia masculina, a contracultura. Este rapaz, ainda, usa um brinco – argolas médias – em cada orelha. As nossas observações nos permite afirmar que todos os rapazes observados no Mororó não usam brincos e nem cabelos compridos, portanto, não é uma prática de embelezamento masculino predominante, ou, existente nessa zona rural. É importante mencionar que o filho de Úrsula não foi educado totalmente no Mororó. Este, nos últimos seis anos, estava residindo e estudando em Brasília, tendo, portanto, contato com outros modelos de masculinidade. Segundo Úrsula, seu filho sofre um pouco de preconceito entre os rapazes de sua idade que o compara a uma “mulherzinha”, entretanto, o mesmo faz bastante sucesso entre as meninas do Mororó e da cidade de Barra de Santana, onde o mesmo estuda. *“Elas ficaram meio assim besta, encantada, sei lá, com o jeito diferente*

dele. Eu mesmo, por mim, num deixava ele cortá o cabelo não. Mais os avós quiseram num é?”. Ela também comentou que na escola onde seu filho estuda alguns rapazes chama-o de “bichinha”. Vê-se sinais de homofobia, enquanto rejeição às qualidades e aparências ditas femininas nos homens. Talvez a maneira de ser, de aparecer, do filho de Úrsula, considerada feminina – os brincos na orelha, por exemplo – levante suspeitas, dúvidas a respeito de sua masculinidade. É uma afronta ao modelo de aparência masculina predominante no Mororó; uma aparência que afirma a masculinidade, que denota seriedade, modelo de aparência viril, livre de enfeites e, principalmente, de acessórios considerados femininos. Assim, a aparência de um jovem imberbe, de cabelos longos, brincos nas orelhas, onde coexistem elementos de masculidade e feminilidade que são convencionados, não ostenta qualquer sinal de virilidade. A virilidade é o contrário do efeminado, do homem feminizado. A heterossexualidade é uma norma, que traduz-se também no jeito de ser e na aparência do homem.

“Tradicionalmente a masculinidade se define mais por evitar alguma coisa (...) do que por desejar alguma coisa (...). Ser homem significa não ser feminino; não ser homossexual; não ser dócil, dependente ou submisso; não ser efeminado na aparência física ou nos gestos.”
(Badinter, 1993: 117)

Úrsula acredita que os rapazes sentem inveja do filho, já que o mesmo faz muito sucesso entre as meninas do Mororó e da escola onde estuda. Esse fato serve para mostrar que nem todas as mulheres exigem homens apenas dentro dos padrões “normais” e/ou tradicionais de aparência masculina. Estas subjetivaram novas formas de pensar a aparência masculina e a masculinidade.

A preocupação com a higiene corporal deve ser fator indispensável na vida de um homem. Cabelos compridos e o pêlo facial em abundância, para a maioria das depoentes, deixa o homem feio e denota falta de higiene. O rosto barbeado ou uma barba cerrada, é ideal. Etkoff (1999) diz que no século XIX o pêlo facial era mais abundante do que no século XX, exceto na década de 60, com os *hippies*. *“À medida que as pessoas iam tomando consciência do papel dos germes em doenças contagiosas, a barba passou a ser vista como repositório de germes”* (Etkoff, 1999: 184). Percebe-se que o discurso médico-higienista, a opinião médica, é contra o uso de barbas, transformando o ideal de aparência masculina.

O ato de barbear-se – na adolescência ocorre a alteração hormonal provocando nos garotos o crescimento dos pêlos no rosto, introduzindo na rotina diária masculina

um novo hábito: o ato de barbear – é próprio do sexo masculino assim como a prática de depilar as pernas e axilas é fundamentalmente exigência feminina mesmo que, atualmente, alguns modelos do sexo masculino estão aderindo um visual, muito em moda, andrógino, sendo necessário, para enquadrar-se nesse estilo quase hermafrodita, depilar o peito. Também alguns esportistas, como ciclistas e nadadores, depilam as pernas e o peito.

Etcoff (1999), porém, tem uma outra explicação para a moda, bem recente, de depilação do peito masculino: os homens, como modelos e praticantes de musculação, depilam o torso para que os pêlos não interfiram na exibição dos músculos definidos. Já a pele que fica exposta abaixo do umbigo, nos homens, ao contrário das mulheres, nunca é depilada, tampouco axilas e pernas.

Por serem herdeiras de uma cultura que procura estipular modelos “corretos” de aparências femininas e masculinas, passando pelos modos como cada gênero deve apresentar-se, arrumar-se e embelezar-se, percebemos que para as depoentes do Mororó a vaidade, os adornos, enfeites, maquilagens, o cuidado com a pele, cabelos e o corpo como um todo são permitidos apenas às mulheres. Quanto aos homens, existe, em parte, permissão à vaidade, porém, esta deve conter-se dentro de alguns limites. Tal cuidado de si deve ser realizado não de uma maneira considerada feminina, já que podem surgir dúvidas a respeito de sua masculinidade.

De um modo geral, constatamos que a identidade de gênero do sujeito é definida por representações de traços relacionados à aparência e à conduta. Tal identidade tem o objetivo de controlar, normalizar e dominar os sujeitos, tornando-os prisioneiros de visões genéricas sobre o masculino e o feminino. Os discursos das mulheres do Mororó, na sua maioria, denunciam a exigência de aparências cabíveis aos gêneros masculino e feminino. A partir do corpo, das atitudes, dos gestos de embelezamento, são definidos os gêneros e a sexualidade do sujeito.



Foto 22



Foto 23



Foto 24

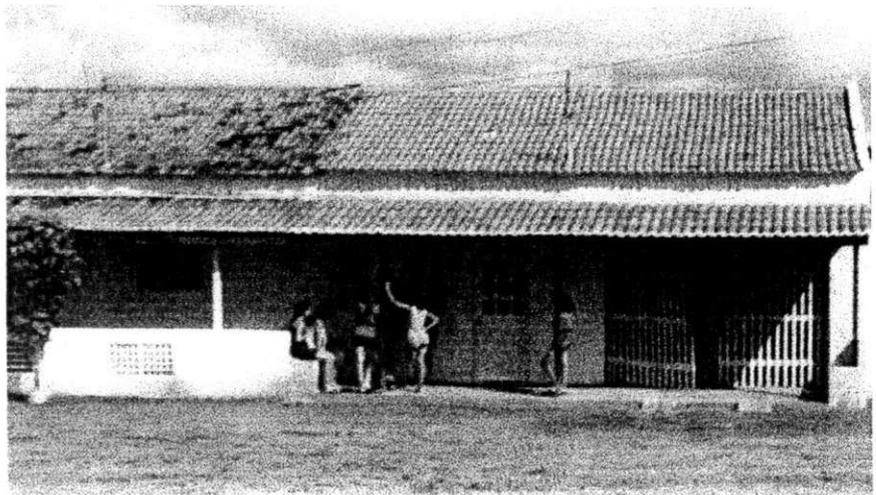


Foto 25

Considerações Finais

“As coisas, nas sociedades industriais desenvolvidas, são representadas como se tivéssemos um corpo, mas isso não é tão óbvio. Penso que nos atribuem um corpo, que produzem um corpo para nós, um corpo capaz de se desenvolver num espaço social, num espaço produtivo, pelo qual somos responsáveis. (...) O corpo, o rosto, a maneira de se comportar em cada detalhe dos movimentos de inserção social é sempre algo que tem haver com o modo de inserção na subjetividade dominante.”

(Guatarri, 1986: 278)⁵⁴

⁵⁴ GUATARRI, Félix e ROLNI, Suely. **Micropolítica: cartografias do desejo**. 4 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

Considerações Finais

Constatamos que o rural não significa apenas atraso, tradicionalismo, etc. As pessoas não são tão diferentes assim das pessoas da cidade. Não estão isoladas do mundo. Muito pelo contrário!!! Não esquecemos das inúmeras antenas parabólicas enfeitando os tetos das casas da “Vila Mororó” e dos sítios familiares.

Nosso estudo nos possibilita afirmar que as imagens de beleza feminina e masculina, construídos e divulgados socialmente, são introjetadas pelas mulheres do Mororó. Porém, elas não subjetivam esses modelos totalmente. No processo de singularização, tais padrões são reelaborados. O que é dado como belo passa por uma avaliação singular, onde as mulheres selecionam o que consideram bonito ou não. Vimos que o cânone de beleza europeu foi defendido pelas depoentes. Em contraposição, percebemos que o fenótipo do negro foi considerado feio, não atraente.

Entendendo que ao corpo resta muito pouco de espontaneidade, de naturalidade, sustentamos que há uma construção social do corpo feminino diferente da construção social do corpo masculino, demarcando as aparências ideais femininas e masculinas. Constatamos, nos discursos das mulheres, que essas diferenciações atravessam, também, os modelos de beleza feminina e masculina. Assim, atributos de masculinidade e feminilidade, construídos a partir dos modelos de gênero, delineiam os ideais de corpos femininos e masculinos. A beleza feminina alia-se ao comportamento, ao “jeito” vaidoso e delicado feminino e a beleza masculina à conduta, ao “jeito” viril, rígido e duro masculino. Vê-se que a sedução é ligada à feminilidade e a virilidade à masculinidade. O corpo feminino deve mostrar sedução, submissão, delicadeza, e o masculino, força, agressividade, poder, comando. Há uma reprodução dos modelos culturais de masculinidade e feminilidade que constituem as identidades de gênero.

Apesar de se auto-avaliarem a partir do que consideram esteticamente bonito e/ou ideal num corpo feminino, constatamos que as mulheres entrevistadas não são escravas dos padrões. Há um certo respeito pelo seu biotipo. Muitas, apesar de sentirem insatisfação com o corpo, não gostariam de mudá-lo. Questões religiosas influenciam esse comportamento. Deve-se aceitar o corpo que Deus lhes concedeu! Nos perguntamos: será que as mesmas, se tivessem realmente poder aquisitivo, essa vontade de não mudar o corpo que Deus lhes proporcionou – defesa de uma concepção de corpo sacralizado – não seria substituída por uma outra vontade, a de ser bela e admirada?

Quem não gostaria de ser sempre “bela” num mundo onde a beleza cada vez mais é um bem de capital?

Diferenças de idade entre as mulheres, o lugar social do qual estão inseridas, questões econômicas, religiosas e morais delimitam as práticas de embelezamento feminino, assim como as diferenças de gênero demarcam tais práticas. Nesse sentido, o arrumar-se, o cuidado de si, diferencia-se dependendo do gênero do sujeito.

Viu-se que a postura vigilante, exercida sobre o comportamento e o corpo das mulheres, e o controle dos pais e/ou marido, interferiram – ou interferem – no modo de se arrumarem, se embelezarem. Nesse sentido, percebemos que a fiscalização do corpo feminino pela família, pela Igreja e a pela sociedade em geral, não permitiu que muitas mulheres tivessem uma maior liberdade para o cuidado de si. Mesmo assim, algumas fugiram das regras impostas.

Constatamos que os corpos femininos e masculinos idealizados como os ideais, geralmente, não existem em tal comunidade. As depoentes desejam aparecer bonitas, porém, não todos os dias mas, principalmente, em determinadas situações. A própria aparência não é percebida como um bem de prestígio, de capital, isso porque as condições para se ter o corpo ideal são bastante limitadas entre as mulheres do Mororó. Não há uma procura compulsiva ligada ao investimento narcisista do corpo. Não desejam conservá-lo ou embelezá-lo com fins competitivos. A procura do cuidado de si, da beleza corporal, é sutil.

Em resumo, o nosso trabalho nos fez revelar que as mulheres do Mororó não estão e/ou são o tempo todo maltrapilhas, feias, desarrumadas. Estas procuram ser bonitas, porém, de acordo com as próprias condições sociais em que vivem que são permeadas, marcadas, pelo contexto social e pelos escassos recursos econômicos. Em relação aos modelos de corpos belos femininos e masculinos defendidos pelas depoentes e às práticas de embelezamento disponíveis à tais mulheres, fica evidente que há matizes entre o rural – o específico – e o geral – que é colocado pela mídia. Elas introjetam os ideais de beleza e os gestos de embelezamento reelaborando-os, seja porque no processo de singularização conseguem fugir às estereotípias, seja porque, as próprias situações de contexto e/ou históricas demarcam os seus cânones de beleza e, principalmente, as suas possibilidades de se auto-embelezar, de conseguir chegar perto do que seja um corpo feminino ideal. Nesse sentido, não encontramos maltrapilhas iguais à personagem “Filó”, com dois círculos de ruge pintados em cada lado da face, significando uma mulher “matuta” que não sabe se arrumar, ficar bonita. Encontramos

sim, algumas mulheres desdentadas, envelhecidas, o corpo aparentando estado de desnutrição, mas não porque não sabem se embelezar. Viu-se que o contexto social e econômico do qual tais mulheres pertencem, limitam suas reais possibilidades de serem belas de acordo com aquilo que elas colocam como corpo belo. Tais fisionomias cansadas, envelhecidas, são encontradas, também, no meio urbano, entre mulheres que estão na mesma situação econômica.

Bibliografia

ABDALLA, João. **A dor de ser belo**. Revista **Viver**, São Paulo, ano VIII, n. 88, p. 20-26, mai. 2000.

ADORNO, Theodor W. et ali. **Teoria da Cultura de Massa**. Seleção, introdução e comentários de Luiz Costa Lima. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

ALBUQUERQUE JR, Durval Muniz de. **A invenção do Nordeste e outras artes**. Recife: FJN, Ed. Massangana; São Paulo: Cortez, 1999.

ALENCASTRO, Luiz Felipe de (org.). **História da Vida Privada no Brasil; Império: a corte e a modernidade nacional**. Vol. 2. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de. **Masculino/Feminino; tensão insolúvel: sociedade brasileira e organização da subjetividade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996. (Col. Gênero Plural)

ANGIER, Natalie. **A Beleza da Fera: Novas formas de ver a natureza da vida**. Tradução de Rui Cerqueira e Erika Hingst. Rio de Janeiro: Rocco, 1998. (Col. Ciência Atual)

ARILHA, Margareth; RIDENTI, Sandra G. Unbehaum e MEDRADO, Benedito (orgs.). **Homens e Masculinidades: outras palavras**. São Paulo: Editora 34, 1998.

AZEVEDO, Thales de. **As elites de cor numa cidade brasileira: um estudo de ascensão social & classes sociais e grupos de prestígio**. 2. ed. Salvador: EDUFBA, 1996. (Col. Cinquentenário)

BADINTER, Elisabeth. **XY. Sobre a Identidade Masculina**. 2. ed. Tradução de Maria Ignez Duque Estrada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

BARBIERE, Teresita de. **Sobre a Categoria Gênero: uma introdução teórico-metodológica.** Tradução de Antônia Lewinsky. Recife – Edição S.O.S. Corpo, setembro de 1993.

BAUDRILLARD, Jean. **Da Sedução.** Tradução de Tânia Pellegrini. Campinas, SP: Papirus, 1991.

_____. **A Sociedade de Consumo.** Tradução de Artur Morão. Rio de Janeiro: Elfos, 1995. (Col. Ciência & Sociedade; 3)

BECKER, Howard S. **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais.** 3. ed. Tradução de Marco Estevão e Renato Aguiar. São Paulo: Hucitec, 1997. (Col. Ciências Sociais)

BENHABIB, Seyla e CORNELL, Drucilla (coords.) **Feminismo como crítica da modernidade.** Tradução de Nathanael da Costa Caixeiro. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1987.

BOLOGNE, Jean-Claude. **História do Pudor.** Tradução de Telma Costa. Rio de Janeiro: Elfos, 1990.

BROWN, Peter. **Corpo e Sociedade: o homem, a mulher e a renúncia sexual no início do cristianismo.** Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1990.

BRUSCHINI, Cristina e HOLLANDA, Heloísa Buarque de (orgs.). **Horizontes Plurais: novos estudos de gênero no Brasil.** São Paulo: Editora 34, 1998.

BURKE, Peter. (org.). **A Escrita da História: novas perspectivas.** Tradução de Magna Lopes. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1992. (Col. Biblioteca Básica)

CASTRO, Célia de. **Fazendo Gênero: reprodução/desconstrução das relações de gênero na educação familiar e escolar; estudo de caso nos sítios Salgadinho e**

Currallinho. Universidade Federal da Paraíba, Campina Grande, 1999. Dissertação de Mestrado em Sociologia Rural.

CAMPOS, Heloísa. **50 Mil Anos de Moda.** Revista **Atrevida.** Nov. 1995. P. 108-112.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer.** Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

_____. GIARD, Luce e MAYOL, Pierre. **A invenção do cotidiano: 2. Morar, cozinhar.** Tradução de Ephraim Ferreira Alves e Lúcia Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

CHAGAS, Eliane Pardo. **Corpo feminino do detalhe... uma possibilidade de construção de novos territórios para a subjetividade feminina.** In: ROMERO, Elaine (org.). **Corpo, Mulher e Sociedade.** Campinas, SP: Papirus, 1995. p. 125-134.

COSTA, Jurandir Freire. **A Face e o Verso: estudos sobre o homoerotismo II.** São Paulo, Escuta: 1995.

_____. **Ordem Médica e Norma Familiar.** 3. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

COURTINE, Jean-Jacques. **Os Stakhanovistas do Narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo.** In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org.). **Políticas do Corpo.** Tradução dos textos em francês de Mariluce Moura. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 81-114.

DAOLIO, Jocimar. **Da Cultura do Corpo.** 4. ed. Campinas, SP: Papirus, 1999. (Col. Corpo e Motricidade)

DELEUZE, Gilles. **Foucault.** Tradução de Claudia Sant'Anna Martins. São Paulo: Brasiliense, 1998.

DEL PRIORE, Mary (org.). **História das Mulheres no Brasil.** São Paulo: Contexto, 1997.

ESCOBAR, Carlos Henrique (org.). **Dossier Deleuze**. Rio de Janeiro: Hólon, 1991.

ETCOFF, Nancy. **A Lei do mais Belo: a ciência da beleza**. Tradução de Ana Luiza Borges de Barros. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.

FEUERSTEIN, Georg. **A Sexualidade Sagrada**. Tradução de J. E. Smith Caldas. São Paulo: Siciliano, 1994.

FILHO, Lino Castellani. **Educação Física no Brasil: a história que não se conta**. 3. ed. Campinas: Papirus, 1991.

FISCHLER, Claude. **Obeso benigno, obeso maligno**. In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org.). **Políticas do Corpo**. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 69-79.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I: a vontade de saber**. 12. ed. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1982. (Biblioteca de Filosofia e História das Ciências)

_____. **História da Sexualidade II: o uso dos prazeres**. 7. ed. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1979. (Biblioteca de Filosofia e História das Ciências; Vol. nº 15)

_____. **História da Sexualidade III: o cuidado de si**. Tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1985. (Biblioteca de Filosofia e História das Ciências; Vol. nº 16)

_____. **Microfísica do Poder**. 13. ed. Tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Graal, 1998. (Biblioteca de Filosofia e História das Ciências; Vol. nº 7)

_____. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**. 21. ed. Tradução de Raquel Ramallete. Petrópolis, RJ: Vozes, 1987.

_____. **A Ordem do Discurso**. 2. ed. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola, 1996. (Col. Leituras Filosóficas)

_____. **As Palavras e as Coisas: uma arqueologia das ciências humanas.** 3 ed. Tradução de Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 1985. (Col. Ensino Superior)

FREEDMAN, Rita. **Meu Corpo... Meu espelho: aprenda a gostar mais de seu visual e de si mesma.** Tradução de Magda Lopes. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1994.

FREIRE, João Batista. **Educação de Corpo Inteiro: teoria e prática da educação física.** 4. ed. São Paulo: Scipione, 1994.

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem e modas de mulher.** 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1997.

GASPAR, Maria Dulce. **Garotas de Programa: prostituição em Copacabana e identidade social.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994. (Col. Antropologia Social)

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas.** Tradução de Fanny Wrobel. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978. (Col. Antropologia Social)

GIDDENS, Anthony. **A Transformação da Intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas.** Tradução de Magda Lopes. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993.

GUATTARI, Félix e ROLNIK, Suely. **Micropolítica: cartografias do desejo.** 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

GUEDES, João Batista. **Despindo o Jeca: modos e modas de vestir o campo.** Universidade Federal da Paraíba, Campina Grande, 1996. Dissertação de Mestrado em Sociologia Rural.

HAMBURGUE, Ester. **Diluindo Fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano.** In: SCHWARCZ, Lilia Moritz (org.). **História da Vida Privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea.** Vol. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

HEILBORN, Maria Luiza. **Sexualidade: o olhar das ciências sociais**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

_____. **Fazendo Gênero? A Antropologia da Mulher no Brasil**. In: OLIVEIRA, Albertina e BRUCHINI, Cristina (orgs.). **Uma Questão de Gênero**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1992. P. 93-126.

IANNI, Octavio. **Escravidão e Racismo**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1988.

JACOBINA, Eloá e KÜHNER, Maria Helena (orgs.). **Feminino/Masculino: no imaginário de diferentes épocas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

LELOUP, Jean-Yves. **O corpo e seus símbolos: uma antropologia essencial**. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

LINS, Daniel (org.). **Cultura e Subjetividade: saberes nômades**. Campinas, SP: Papirus, 1997.

MACHADO, Roberto. **Foucault, a filosofia e a literatura**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

MALUF, Marina e MOTT, Maria Lúcia. **Recônditos do mundo feminino**. In: SEVCENKO, Nicolau (org.). **História da Vida Privada do Brasil; República: da belle époque à era do rádio**. Vol. 03. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 367-421

MASSI, Marina. **Vida de Mulheres: cotidiano e imaginário**. Rio de Janeiro: Imago, 1992. (Série Logoteca)

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia; com uma introdução à obra de Marcel Mauss, de Claude Lévi-Strauss**. Vol. 2. Tradução de Lamberto Puccinelli e Mauro W. B. de Almeida. São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária Ltda, 1974.

MEDINA, João Paulo Subirá. **O Brasileiro e seu Corpo: educação e política do corpo**. 3. ed. Campinas, SP: Papirus, 1991.

MONTES, Maria Lúcia. **Raça e Identidade: entre o espelho, a invenção e a ideologia**. In: SCHWARCZ, Lília Moritz e QUEIROZ, Renato da Silva (orgs.). **Raça e Diversidade**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996. p. 47-75.

MORAIS, Dênis de (org.). **Globalização, Mídia e Cultura Contemporânea**. Campo Grande, MS: Letra Livre, 1997.

MURARO, Rose Marie. **A Mulher no Terceiro Milênio**. 3. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1993.

_____. **Os Seis Meses em que fui Homem**. 5. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1990.

NOLASCO, Sócrates (org.). **A Desconstrução do Masculino**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995. (Col. Gênero Plural)

OLIVEIRA, Dalva Felipe de. **Mulher, Trabalho e Vida no Campo: um estudo junto às mulheres da comunidade rural do ligeiro – cariri paraibano**. Universidade Federal da Paraíba, Campina Grande, 1996. Dissertação de Mestrado em Sociologia Rural.

OLIVEIRA, Rosiska Darcy de. **Elogio da Diferença: o feminino emergente**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1992.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e Leitura**. 3. ed. Campinas, SP: Cortez, 1996.

_____. **A linguagem e o seu funcionamento: as formas do discurso**. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 1996.

_____. **Gestos de Leitura: da história no Discurso**. Campinas, SP: UNICAMP, 1994. (Col. Repertórios).

_____. **Terra à Vista. Discurso do Confronto: velho e novo mundo.** Campinas, SP: Cortez, 1990.

ORTEGA, Francisco. **Amizade e Estética da Existência em Foucault.** Rio de Janeiro: Graal, 1999.

PARKER, Richard G. **Corpos, Prazeres e Paixões: a cultura sexual no Brasil contemporâneo.** 3. ed. Tradução de Maria Therezinha M. Cavallari. São Paulo: Best Seller, 1991.

PELBART, Peter Pál e ROLNIK, Suely (orgs.). **Gilles Deleuze.** São Paulo. Cadernos de Subjetividade, jun. 1996.

PENNA, Lucy. **Corpo Sofrido e Mal-Amado: as experiências da mulher com o próprio corpo.** São Paulo: Summus, 1989. (Col. Novas Buscas em Psicoterapia; v. 37)

PITTA, Danielle Perin Rocha. **O corpo situado no “trajeto antropológico”.** In: SILVA, Ignacio Assis (org.). **Corpo e Sentido: a escuta do sensível.** São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1996. p. 109-118. (Col. Seminários e Debates)

PONTES, Nair de Oliveira. **Exageros de Beleza: uma visão psicossomática.** Revista **Viver**, São Paulo, ano VIII, n. 88, p. 24-25, mai. 2000.

PRESVELOU, Clio, ALMEIDA, Francesca Rodrigues e ALMEIDA, Joaquim Anécio (orgs.). **Mulher, Família e Desenvolvimento Rural.** Santa Maria: Ed. da UFSM, 1996.

RIVIÈRE, Claude. **As Regras de Apresentação do Corpo.** In: **Os Ritos Profanos.** Tradução de Guilherme João de Freitas Texeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996, p. 181-207.

ROMERO, Elaine (org.). **Corpo, Mulher e Sociedade.** Campinas: Papyrus, 1995. (Col. ✱ Corpo e Motricidade)

ROLNIK, Suely. **Toxicômanos de Identidade: subjetividade em tempo de globalização.** In: LINS, Daniel S. (org.). **Cultura e Subjetividade: saberes nômades.** Campinas, SP: Papirus, 1997. p. 19-24.

_____. **Cartografias Sentimentais: transformações contemporâneas do desejo.** São Paulo: Estação Liberdade, 1989.

SAMARA, Eni de Mesquita. **A família brasileira.** São Paulo: Brasiliense, 1998 (Col. Tudo é História; 71).

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org.). **Políticas do Corpo: elementos para uma história das práticas corporais.** Tradução dos textos em francês de Mariluce Moura. São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

SANTOS, Hélio. **Uma avaliação do combate às desigualdades Raciais no Brasil.** In: GUIMARÃES, Antônio Sérgio Alfredo e HUNTLEY, Lynn (orgs.). **Tirando a Máscara: ensaios sobre o racismo no Brasil.** São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 53-74.

SCHWARCZ, Lília Moritz (org.). **História da Vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea.** Vol. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

_____. e QUEIROZ, Renato da Silva (orgs.). **Raça e Diversidade.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1996.

SCOTT, Joan. **Gênero: uma categoria útil de análise histórica.** In: **Educação e Realidade.** n 2, Porto Alegre, jul/dez 1990. p. 5-22.

SENRA, Stella. **Corpos, Cinema e Vídeo.** In: SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de (org.). **Políticas do Corpo.** Tradução dos textos em francês de Mariluce Moura. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p. 185-188.

SEVCENKO, Nicolau. (org.). **História da Vida Privada no Brasil; República: da belle époque à era do rádio.** Vol. 3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SIEBERT, Raquel Stela de Sá. **As Relações de Saber-Poder Sobre o Corpo.** In: ROMERO, Elaine (org.). **Corpo, Mulher e Sociedade.** Campinas, SP: Papirus, 1995. p. 15-42. (Col. Corpo e Motricidade)

SILVA, Ignacio Assis (org.). **Corpo e Sentido: a escuta do sensível.** São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1996. (Col. Seminários e Debates)

SILVA, Maritza Maffeida. **Mulher, identidade fragmentada.** In: ROMERO, Elaine (org.). **Corpo, Mulher e Sociedade.** Campinas, SP: Papirus, 1995. p. 109-123. (Col. Corpo e Motricidade)

SOARES, Carmen. **Imagens da Educação no Corpo: estudo a partir da ginástica francesa no século XIX.** Campinas, SP: Autores Associados, 1998. (Col. Educação Contemporânea)

SOUZA, Laura de Mello (org.). **História da Vida Privada no Brasil: cotidiano e vida privada na América portuguesa.** Vol. 1. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

STUDART, Heloneida. **Mulher, a quem pertence teu corpo?** 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1990.

TURRA, Cleusa e VENTURI, Gustavo (orgs.). **Racismo Cordial: a mais completa análise sobre o preconceito de cor no Brasil.** Folha de São Paulo/Datafolha. Editor: Nelson dos Reis. São Paulo: Ática, 1995.

VIEZZER, Moema. **O Problema não está na Mulher.** São Paulo: Cortez, 1989. (Col. Biblioteca da Educação. Série 3. Mulher Tempo; v. 2)

VIGARELLO, Georges. **O Limpo e o Sujo.** Tradução Mônica Stahel. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

WOLF, Naomi. **O Mito da Beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres.** Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.



WOOLF, Virgínia. **Orlando**. Tradução de Cecília Meireles. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.

Anexos

Anexo 1

PERFIL DAS ENTREVISTADAS

Nome	Idade	Profissão e/ou Ocupação	Estado Civil	Nº de Filhos	Escolaridade	Religião	Local de Moradia
01- Adriana*	24	Comerciária e Estudante Universitária	Solteira	Nenhum	3º grau incompleto	Católica	Campina Grande (durante a semana) e no Sítio “Lagoa dos Cabaços” (finais de semana).
02- Afrodite	24	Agente de Saúde e Estudante Universitária	Solteira	Nenhum	3º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
03- Assunção	16	Estudante	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Sítio “Lagoa dos Cabaços”
04- Bete	82	Agricultora (aposentada)	Viúva	03 (teve 13 filhos, morreram 10)	Nenhuma	Evangélica	Vila Mororó
05- Bia	51	Funcionária Pública	Desquitada	04	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
06- Carmem	14	Estudante	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
07- Célia	25	Funcionária Pública	Divorciada	02	1º grau incompleto	Católica	Sítio “Ilha”

08- Clara	21	Empregada Doméstica e Estudante	Casada (está se separando)	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Campina Grande (durante a semana) e no Sítio "Olaria" (finais de semana).
09- Dalva	75	Agricultora (aposentada)	Casada (faz mais ou menos 40 anos que o marido à abandonou)	04 (teve onze filhos, morreram 07)	Nenhuma	Católica	Vila Mororó
10- Dara	13	Estudante	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Sítio "Várzea do Antônio"
11- Diana	70	Agricultora (aposentada)	Desquitada	12 (teve 17 filhos, morreram, 05)	Nenhuma	Católica	Vila Mororó
12- Diva	51	Agricultora	Casada	03	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
13- Elaine	22	Professora da Rede Pública Municipal	Casada	01	2º grau normal	Católica	Vila Mororó
14- Eliana	38	Dona-de-casa	Divorciada	02	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
15- Elisa	56	Agricultora	Casada	02 (adotivos)	Primário	Católica	Sítio "Ilha"
16- Eugênia	18	Estudante	Solteira	Nenhum	2º grau incompleto	Católica	Sítio "Olaria"
17- Eva	25	Agricultora	Casada	02	1º grau incompleto	Católica	Sítio "Capim de Flecha"
18- Fada	38	Agricultora	Casada	05	Nenhuma	Católica	Vila Mororó

19- Fernanda	29	Ajuda nos afazeres domésticos em casa.	Solteira	Nenhum	1º grau	Católica	Vila Mororó
20- Geórgia	15	Estudante	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Sítio “Várzea do Antônio”
21- Hilda	20	Estudante	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Sítio “Várzea do Antônio”
22- Ilza	19	Agente de Saúde	Solteira	Nenhum	2º grau	Evangélica	Vila Mororó
23- Íris	14	Estudante	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Sítio “Várzea do Antônio”
24- Jane	22	Agente de Saúde	Solteira	Nenhum	1º grau	Católica	Sítio “Barro Branco”
25- Jaqueline	85	Agricultora (aposentada), parteira e rezadeira.	Casada	13 (teve 14 filhos, morreu 01)	Nenhuma	Católica	Vila Mororó
26- Joana	19	Estudante	Solteira	Nenhum	2º grau científico	Não tem religião definida	Vila Mororó
27- Leda	32	Professora da Rede Pública Municipal	Solteira	Nenhum	2º grau	Católica	Sítio “Várzea do Antônio”
28- Lili	46	Agricultora	Casada	06	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
29- Lilith	14	Estudante	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
30- Lua	38	Agricultora	Casada	04 (teve 05 filhos, morreu 01)	1º grau incompleto	Católica	Sítio “Capim de Flecha”
31- Lucrecia	61	Agricultora (aposentada)	Casada	04	1º grau incompleto	Evangélica	Vila Mororó

32- Magna	47	Professora da Rede Pública Municipal	Casada	02	Logus II	Evangélica	Sítio "Barro Branco"
33- Márcia	15	Estudante	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Sítio "Olaria"
34- Marilda	20	Empregada Doméstica	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
35- Marisa	17	Estudante	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
36- Marta	19	Estudante	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
37- Melissa	26	Auxiliar de Enfermagem	Solteira	Nenhum	2º grau	Católica	Vila Mororó
38- Minerva	59	Agricultora (aposentada)	Casada	06	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
39- Morgana	23	Dona-de-casa	Casada	01	1º grau incompleto	Católica	Sítio "Mororó de Baixo"
40- Naka	14	Estudante	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Sítio "Capim de Flecha"
41- Poliana	59	Agricultora (aposentada)	Desquitada	05	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
42- Rafaela	35	Agricultora e Empregada Doméstica	Casada	02	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
43- Raquel	50	Dona-de-casa	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Sítio "Barro Branco"
44- Rasana	29	Funcionária Pública	Solteira	Nenhum	2º grau	Católica	Sítio "Várzea do Antônio"
45- Rosa	35	Dona-de-casa	Casada	04	1º grau incompleto	Católica	Sítio "Capim de Flecha"
46- Rute	27	Agricultora	Casada	03	Nenhuma	Católica	Sítio "Mororó de Baixo"

47- Sabrina	20	Na época que foi realizada a sua entrevista, era Recenceadora do Mororó.	Solteira	Nenhum	2º grau	Católica	Vila Mororó
48- Sade	21	Comerciante	Casada	01	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
49- Samanta	30	Agricultora	Casada	01	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
50- Sílvia	67	Agricultora (aposentada)	Casada	08 (teve 13 filhos, morreram 05)	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
51- Simone	39	Dona-de-casa	Casada	05	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
52- Telma	23	Ajuda nos afazeres domésticos em casa.	Solteira	Nenhum	1º grau incompleto	Católica	Sítio “Barro Branco”
53- Úrsula	36	Comerciante	Casada	02	2º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
54- Vênus	34	Comerciante e Costureira.	Casada	04	1º grau incompleto	Católica	Vila Mororó
55- Zélia	57	Dona-de-casa	Casada	04	1º grau incompleto	Católica	Sítio “Mororó de Baixo”

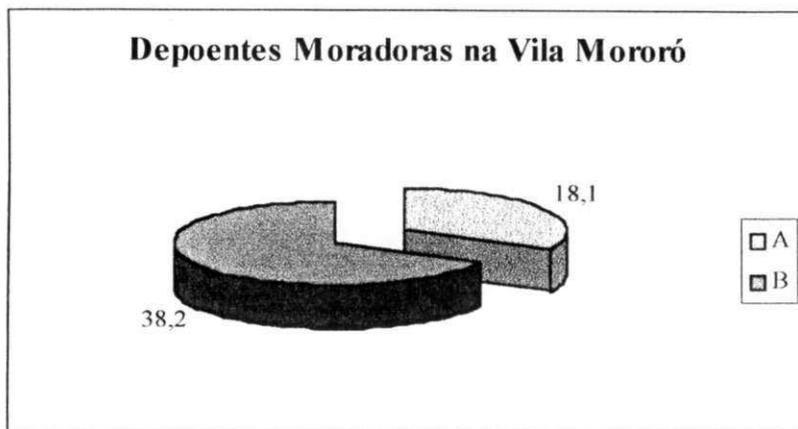
FONTE: trabalho de campo.

* Os nomes das informantes são fictícios com o intuito de dificultar a identificação das mesmas.

Anexo 2

GRÁFICOS

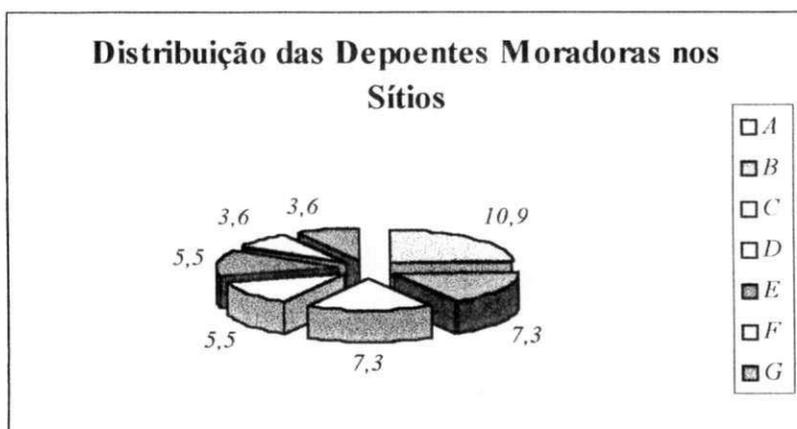
Gráfico 1 (Moradoras da “Vila Mororó”)



A- (18,1%) não possuem terras.

B- (38,2%) têm terras cultivadas pela família.

Gráfico 2 (Moradoras dos “Sítios”)



A- (10,9%) Sítio Várzea do Antônio

B- (7,3%) Sítio Barro Branco

C- (7,3%) Sítio Capim de Flecha

D- (5,5%) Sítio Mororó de Baixo

E- (5,5%) Sítio Olaria

F- (3,6%) Sítio Lagoa dos cabaços

G- (3,6%) Sítio Ilha

Gráfico 3 (Estado Civil)

- A- (45,5%) solteira
- B- (43,6%) casada
- C- (9,1%) divorciada ou desquitada.
- D- (1,8%) viúva

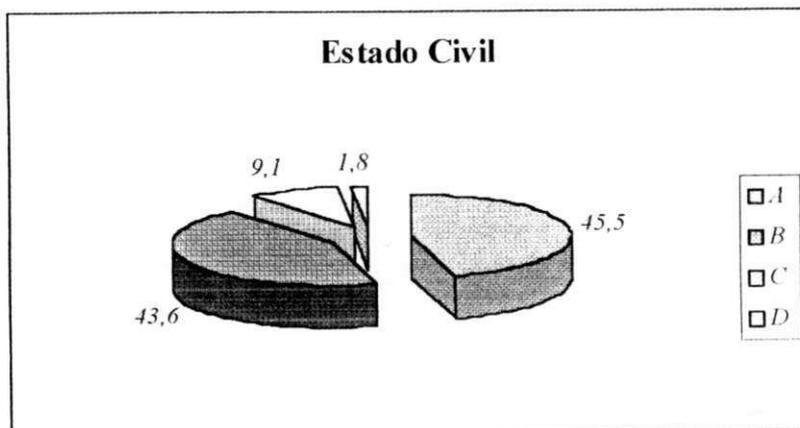
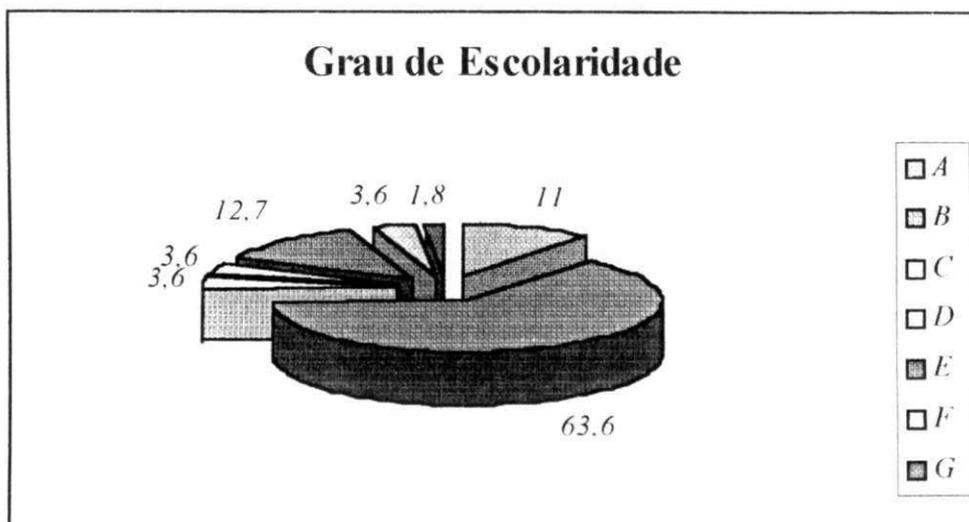


Gráfico 4 (Opção Religiosa)

- A- (90,9%) católica
- B- (7,3%) evangélica
- C- (1,8%) não tem.



Gráfico 5 (Grau de Escolaridade)



A- (11%) Nenhuma escolaridade.

B- (63,6%) 1º grau incompleto.

C- (3,6%) 1º grau completo.

D- (3,6%) 2º grau incompleto.

E- (12,7%) 2º grau completo.

F- (3,6%) 3º grau incompleto.

G- (1,8%) Logos II.*

* Curso pedagógico de nível médio.

Capas: revista "Elle" e "Nova Beleza".



Capas: revista "Cláudia" e "Boa Forma".



Capas: revista "Playboy" e "Vip".



Anexo 4

CRÉDITO DAS ILUSTRAÇÕES

Fotos:

- Fotos: 01 a 04; 06 a 25 – da autora.
- Foto: 05 – cedida pela depoente Bia.

Figuras:

- Figuras 1, 2, 38, 39 e 40: revista “*Elle*”, nº 2, fevereiro de 1998.
- Figura 42: revista “*Musiclub*”, nº 13, 1998.
- Figura 47: revista “*Musiclub*”, nº 05, 1999.
- Figura 07: revista “*Musiclub*”, nº 10, 1999.
- Figura 03: revista “*Musiclub*”, nº 11, 1999.
- Figura 32: revista “*Musiclub*”, nº 02, 2000.
- Figuras 15, 23, 33 e 37: encartes de revistas “*Musiclub*”, edições de 1999.
- Figura 04: revista “*Playboy*”, nº 257, dezembro de 1996.
- Figuras 13 e 27: revista “Especial CARAS: beleza e saúde”, nº 54, novembro de 2000.
- Figura 19: revista “*Moda Moldes*”, nº 146, junho de 1998.
- Figuras 30 e 41: revista “*Marie Claire*”, nº 79, outubro de 1997.
- Figura 45: revista “*Criativa*”, nº 121, maio de 1999.
- Figuras 12, 26 e 46: revista “*TV Brasil*”, nº 30, 04 de agosto de 2000.
- Figuras 06, 14, 17, 18, 20, 34 e 35: revista “*TV Brasil*”, nº 32, 18 de agosto de 2000.
- Figuras 08, 10, 16, 21, 24, 25 e 31: revista “*TV Brasil*”, nº 34, 01 de setembro de 2000.
- Figuras 09, 11, 22, 43 e 44: revista “*TV Brasil*”, nº 35, 15 de setembro de 2000.
- Figuras 05, 28, 29 e 36: revista “*TV Brasil*”, nº 36, 15 de setembro de 2000.