

*revista de comunicação,
jornalismo e espaço público*

7

Periodicidade
Semestral

Imprensa da Universidade de Coimbra
Coimbra University Press

mediapolis

tema

media, comunicação e género
media, communication and gender



revista de comunicação,
jornalismo e espaço público

7

Periodicidade
Semestral

Imprensa da Universidade de Coimbra
Coimbra University Press

Ficha técnica

Edição Publisher
Imprensa da Universidade de Coimbra

Administração Administration
Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX da Universidade de Coimbra – CEIS20,
Rua Filipe Simões, n.º 33,
3000-186, Coimbra, Portugal,
Email: ceis20@ci.uc.pt,
Telf.: +351 239 708 870
Fax: +351 239 708 871.

Design
Carlos Costa

ISSN
2183-5918

ISSN Digital
2183-6019

DOI
https://doi.org/10.14195/2183-6019_7

Mediapolis – Revista de Comunicação,
Jornalismo e Espaço Público
N.º 7 – 2.º SEMESTRE DE 2018

Direção Editor

Carlos Camponez carlos.camponez@fl.uc.pt
Universidade de Coimbra

Direção executiva Managing Board

Rita Basílio de Simões rbasilio@fl.uc.pt
Rosa Sobreira rosa.sobreira@gmail.com

Redação Editorial Board

Ana Teresa Peixinho apeixinho71@gmail.com
Universidade de Coimbra
Carlos Camponez carlos.camponez@fl.uc.pt
Universidade de Coimbra
Clara de Almeida Santos clara.santos@uc.pt
Universidade de Coimbra
Francisco Pinheiro franciscopinho72@gmail.com
Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX
Inês Godinho ifgodinho@netcabo.pt
Universidade de Coimbra
Isabel Nobre Vargues ivargues@fl.uc.pt
Universidade de Coimbra
Joana Fernandes joanaf@esec.pt
Escola Superior de Educação de Coimbra
João Figueira jffigueira@sapo.pt
Universidade de Coimbra
Rita Basílio de Simões rbasilio@fl.uc.pt
Universidade de Coimbra
Rosa Sobreira rosa.sobreira@gmail.com
Escola Superior de Educação de Coimbra
Sílvio Santos silvio.santos@fl.uc.pt
Universidade de Coimbra

Normas da revista e princípios éticos:
<https://impactum.uc.pt/pt-pt/revista?id=107213&sec=5>

Adriana Bebiano adrianabebiano@gmail.com
Universidade de Coimbra

Felisbela Lopes felisbela@ics.uminho.pt
Universidade do Minho

Fernanda Castilho fernandacasty@gmail.com
Universidade de S. Paulo

Fernando Resende fernandoaresende1501@gmail.com
Universidade Federal Fluminense

Helena Sousa helena@ics.uminho.pt
Universidade do Minho

Isabel Babo isabel.babo.ibl@gmail.com
Universidade Lusófona (Porto)

Isabel Ferin barone.ferin@gmail.com
Universidade de Coimbra

João Canavilhas joao.canavilhas@labcom.ubi.pt
Universidade da Beira Interior

João de Almeida Santos joaodealmeidasantos@gmail.com
Universidade Lusófona

João Pissarra Esteves jj.esteves@fcsh.unl.pt
Universidade Nova de Lisboa

Joaquim Fidalgo jfidalgo@ics.uminho.pt
Universidade do Minho

Manuel Pinto mpinto@ics.uminho.pt
Universidade do Minho

João Carlos Correia joaocarloscorreia@ubi.pt
Universidade da Beira Interior

Maria João Silveirinha mjsilveirinha@sapo.pt
Universidade de Coimbra

Mário Mesquita mariomotamesquita@gmail.com
Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa

Muniz Sodré sodremuniz@hotmail.com
Universidade Federal do Rio de Janeiro (Brasil)

Sílvio Correia Santos silviocorreiasantos@gmail.com
Universidade de Coimbra

Simon Cottle cottles@cardiff.ac.uk
Universidade de Cardiff (Reino Unido)

Teresa Ruão truao@ics.uminho.pt
Universidade do Minho

Tito Cardoso e Cunha tcunha@ubi.pt
Universidade da Beira Interior

Sumário

Summary

INTRODUÇÃO INTRODUCTION *mediapolis* 7

Media, comunicação e gênero: novos territórios de esperança e novas fronteiras de injustiça

Media, communication and gender: new territories of hope and new frontiers of injustice

Rita Basílio de Simões,
Rosa Maria Sobreira | 5

ATIVISMO: DESAFIOS E PERSPETIVAS

Re-thinking feminism and democratic politics: the potential of online networks for social change and gender equality in Brazil

Repensando o feminismo e a política democrática: o potencial das redes online para a mudança social e igualdade de gênero no Brasil

Carolina Matos | 17

Ativismo feminista no Facebook: uma análise comparada das páginas Não me Kahlo (Brasil) e Capazes (Portugal)

Feminist activism on Facebook: a comparative analysis of the pages Não me Kahlo (Brazil) and Capazes (Portugal)

Mara Magalhães, Lídia Marôpo e Inês Amaral | 31

Das muitas margaridas: A construção de um feminismo rural no estado da Paraíba, Brasil

From the many daisies: developing a rural feminism in the state of Paraíba, Brazil

Dayane Nascimento Sobreira | 47

CONTEÚDO: REPRESENTAÇÕES E IDENTIDADES

Gênero e constituição de sujeitos políticos no contexto cubano: tensões entre enquadramento biopolítico e autonomia na mídia oficial

Gender and the constitution of political subjects in Cuba: tensions between biopolitical framing and autonomy in the government official media

Elisa Beatriz Ramírez Hernández e Ângela Cristina Salgueiro Marques | 63

O filme ‘A bela do palco’ (Stage Beauty) – uma abordagem revisionista
The film ‘Stage Beauty’ – a revisionist approach

Juliane Noack Napoles e Helza Ricarte Lanz | 79

Além das “Mães de Bragança”: a estereotipização da mulher brasileira no jornalismo português

Beyond “Braganza Mothers”: the stereotyping of Brazilian women in Portuguese journalism

Ester Amaral de Paula Minga | 93

Mother(Hood)ing

Elizângela Costa de Carvalho Noronha | 107

Dois corpos objetificados: igualdade nas representações publicitárias?
Two objectified bodies: equality in advertising representations?

Ana Filipa da Fonseca Figueiredo e Daniela Filipa de Abreu Pacheco | 121

PRODUÇÃO E CONSUMO:
CONTEXTOS E PRÁTICAS

Desconstruções do feminino: uma leitura das postagens de mães de crianças autistas no Facebook
Deconstructions of the feminine: reading posts of mothers with autistic children on Facebook

Angie Biondi e Igor Lucas Ries | 139

Apresentação visual de corpos femininos online: observações sobre a potência textual de selfies e nudes
Visual presentation of female bodies online: observations on the textual power of selfies and nudes

Thereza Nardelli e Joana Ziller | 155

Corpo, mídia e sexo no século XXI: da pornotopia para a atopia sexual
Body, media and sex in 21st century: from pornotopy to sexual atopy

Danilo Patzdorf | 171

Publicidade e gênero no Brasil: experiência e formação de públicos nas redes sociais digitais

Advertising and gender in Brazil: experience and constitution of publics in digital social networks

Leticia Alves Lins | 185

Gênero e recepção mediática no Estado Novo

Gender and media reception in Estado Novo

Ricardo Carvalheiro e Maria João Silveirinha | 199

Recensões Críticas
Book Reviews | 215

*mediapolis 7**Media, comunicação e género:**novos territórios de esperança e novas fronteiras de injustiça**Media, communication and gender: new territories of hope and new frontiers of injustice*https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_0

Nunca como hoje os territórios interdisciplinares da pesquisa em comunicação, *media* e género se interteteram de forma tão significativa e profícua. Com raízes fora da academia, o investimento na compreensão e superação das desigualdades entre homens e mulheres coexiste, influencia e é influenciado pelo trabalho académico no domínio das minorias sexuais. Por sua vez, este traz à colação as pretensões de movimentos políticos que, tal como o feminista, se preocupam com as implicações da *diferença* na vida quotidiana dos indivíduos.

O reconhecimento do género como uma construção social dinâmica e imersa em relações de poder (ex. Butler, 1990, 2004), por oposição ao essencialismo das concepções biológicas e estanques da identidade, tem permitido questionar como o género é representado, vivido e experienciado de formas muito diversas. São tanto formuladas questões a partir de posicionamentos comprometidos com a dissolução e desnaturalização da rigidez das categorias sociais culturalmente impostas, à semelhança do que fazem os estudos *queer* (ex. Warner, 1993), como tendo por base a procura

de modelos e esquemas capazes de conduzir a uma política de representação identitária mais justa. É sob este horizonte que se interrogam as condições do acesso aos *media* e ao espaço público mais amplo por parte das mulheres e de outros grupos com menor *status* (ex. Alwood, 1996; Gross, 2001; Carter, Steiner & McLaughlin, 2014; Lind, 2017).

As últimas décadas presenciaram um interesse crescente pela construção social das identidades de género, profícua na criação de várias frentes de trabalho, que contemplam o plano da receção e da produção de conteúdos – pelas organizações dos *media*, mas também pelos próprios públicos –, e sobretudo da representação, seja nos *media* informativos, seja na produção ficcional em geral ou na publicidade. Historicamente mais ativa, a pesquisa das representações tem mantido candente a inquietação com o papel desempenhado pelos *media* nos processos de discriminação social das mulheres (ex. GMMP, 1995-2015)¹ –

encapsulado há quatro décadas na tese de Gaye Tuchman (1978) da *aniquilação simbólica* feminina – e dado origem a novas interrogações, influenciadas por caminhos epistemológicos emergentes. Novas epistemologias têm permitido coligir e interpretar a complexidade das identidades e das relações sociais, realçando como o género se interrelaciona com outras tantas identificações e situações, tais como a classe, a raça/etnia, a orientação sexual, o neoliberalismo, a cultura, as profissões. Ao colocar, por exemplo, em evidência as implicações dos discursos mediáticos da feminilidade branca e da masculinidade negra (Hooks, 2009), a *interseccionalidade* vem reforçar a importância das representações *genderizadas* para a produção das desigualdades sociais, políticas e culturais, colocando em relevo a dinâmica heterogénea da opressão.

A preocupação com o papel dos *media* na promoção da igualdade de

¹ Desde 1995 e a cada cinco anos que o Global Media Monitoring Project (GMMP) <http://whomakesthenews.org/gmmp> tem mensurado a extensão dos desequilíbrios entre homens

e mulheres nas notícias produzidas em largas dezenas de países, ao mesmo tempo que tem criado consciência crítica e desenvolvido competências para monitorizar os meios de comunicação.

género traduz-se igualmente no plano das políticas públicas, em particular desde a aprovação, na IV Conferência Mundial das Nações Unidas sobre as Mulheres, em 1995, da *Plataforma de Acção de Pequim*, que identifica a intervenção na área das *mulheres e dos media* como prioritária para a acção governamental, das instituições profissionais e cívicas e da comunidade internacional. É também este um enquadramento importante da investigação desenvolvida quando procura estabelecer as ligações entre os compromissos políticos e a efetiva realidade do género nos *media* e propor formas concretas de fazer coincidir a prática com o que é defendido nos instrumentos formais.

No plano das políticas, o investimento das pesquisas é duplo e inter-relacionado. Por um lado, monitoriza o grau de implementação das políticas públicas, como fazem, dirigindo-se ao caso português, Filipa Subtil e Maria João Silveirinha (2017) e Cláudia Álvares e Iolanda Veríssimo (2017), assim como, centrando-se em diferentes paisagens mediáticas europeias, um vasto conjunto de investigadoras envolvidas no projeto com o qual o

Instituto Europeu para a Igualdade de Género (EIGE, 2013) analisa os progressos no âmbito da tomada de decisões nas indústrias dos *media* (Ross & Padovani, 2017). Por outro, analisa a representatividade laboral feminina, o diferencial salarial em relação aos colegas homens (*gender pay gap*) e, precisamente, as barreiras institucionais que condicionam a progressão na carreira e o acesso a cargos de liderança, documentando problemas persistentes e novas fronteiras da desigualdade (ex. Djerf-Pierre, 2007; North 2009; Byerly 2011; Steiner, 2012; Ross, 2014; Byerly & Valentin, 2017; Lobo *et al.*, 2017).

Outras profissões da comunicação, que não o jornalismo, têm acalentado preocupações idênticas. Como afeta o género os salários, qual a relação entre género e *glass ceiling*, qual o impacto da descida salarial e de estatuto social associada à feminização das profissões (*velvet gueto*) são questões que têm orientado a pesquisa no domínio académico das relações públicas

Historicamente, as disparidades salariais e o potencial declínio do estatuto profissional das relações públicas são as áreas que mais interesse

têm suscitado (Gruning, *et al.*, 2013). No que respeita às disparidades salariais, esta é uma das temáticas mais discutidas no âmbito dos estudos inspirados pelo pensamento feminista que, desde a década de 1980, demonstram que as mulheres ganham menos que os homens (Toth, 2001). Esta tendência manteve-se neste milénio (Sha & Dozier, 2011; Dozier *et al.*, 2013). Dozier *et al.* (2013), por exemplo, fornecem, além de evidências, um modelo teórico abrangente para explicar as desigualdades salariais persistentes entre homens e mulheres profissionais de relações públicas no contexto norte-americano. Os seus resultados demonstram não só a existência de diferença salariais, como lançam luz sobre os vários fatores que estão na origem dessa disparidade. Esses fatores relacionam-se com os anos de experiência profissional; a natureza da função desempenhada, de gestão ou técnica; a participação na tomada de decisões; as interrupções e especialização da carreira. Mesmo levando em consideração o potencial efeito matizador destas variáveis, as médias de rendimentos documentadas apontam para uma diferença de 8.305

dólares. Semelhante discrepância é descrita, também, no contexto europeu por Beurer-Zuellig *et al.* (2009) que revelou que, na Europa, para a mesma função, o salário médio anual das mulheres é de 75.000 euros e o dos homens de 95.000 euros.

A questão da feminização das relações públicas tem sido também analisada na perspectiva da identidade profissional. Se, por um lado, ao crescerem em número, as mulheres criaram oportunidades para elas próprias nas relações públicas, que vão para além dos campos profissionais tradicionalmente considerados femininos, por outro, qualquer campo profissional que se feminiza, para além da redução de salários, enfrenta realidades tais como o declínio de *status* e de influência profissional (Grunig *et al.*, 2013). Lesly (*apud* Grunig *et al.*, 2000), por exemplo, apontou como principais consequências da feminização profissional a criação de uma imagem das relações públicas como uma atividade de gestão “suave”, com aspirações profissionais pouco elevadas – atendendo a que as mulheres preferiam trabalhos mais técnicos em vez da elaboração de estratégias e políticas (Toth, 2001;

Grunig, *et al.*, 2011). A junção destas duas realidades situa as relações públicas no plano das profissões consideradas de *velvet gueto*.

Mais recentemente, procura-se, também, compreender como a diversidade da força de trabalho, na prática e pesquisa de relações públicas, tem implicações no acolhimento e disponibilização de um ambiente de trabalho bem-sucedido e equitativo para profissionais de grupos marginalizados e que ajudam a explicar a razão por que as relações públicas são não só um campo profissional feminino, mas também de mulheres brancas (Vanderman-Winter & Place, 2017).

Paisagem mediática contemporânea: ambivalências e dissonâncias

Poder-se-ia pensar que o vigor que este multifacetado empreendimento em territórios díspares revela é, por si só, um sinal de que o campo da investigação dos *media*, da comunicação e do género está bem estabelecido e responde às preocupações fundamentais com as identidades, o poder, os

valores, as representações. Essa não é, porém, a realidade. Não só existem áreas problemáticas pouco exploradas, como a evolução e a própria história do ensino e da pesquisa diferem consoante os contextos nacionais, não obstante as dificuldades sentidas sejam em geral idênticas: *curricula* universitários omissos em questões do género (North, 2015, p. 174-175) e fraca capacidade para atrair financiamento (Gill *apud* Matos, 2017, p. 143).

Daí que a investigação com projeção internacional não substitua o trabalho que leva em consideração as especificidades culturais, políticas e económicas locais. É também à luz desses contributos que melhor pode ilustrar-se a pluralidade das vozes que têm dado corpo aos estudos feministas e do género e compreender os desafios estimulantes lançados por exemplo ao “feminismo *mainstream*” (Fraser, 2013). Por outro lado, as questões reconduzíveis à relação *media* e género revelam uma progressiva complexidade, que a cultura mediática e os debates públicos contemporâneos bem testemunham. Como afirmam Carter, Steiner e McLaughlin (2014, p. 1), nunca como hoje o nexos *media-*

-género foi tão complicado, exigindo uma multiplicidade de entendimentos para a panóplia de ideias, crenças, ideologias que circulam e estruturam a paisagem mediática.

De facto, são múltiplas as ambivalências que atravessam o espaço público e o espectro mediático, em particular, onde tanto circulam sinais de esperança, como de injustiça insurgente. Entre a diversidade de elementos dissonantes, estão os discursos que documentam os progressos consideráveis na condição feminina e as reiteradas imagens e representações que sexualizam intensamente as mulheres. Dados acerca da enérgica feminização de um extenso rol de profissões, incluindo das profissões dos *media* e da comunicação, convivem com as evidências das desigualdades salariais entre homens e mulheres, dos desequilíbrios no acesso a posições de poder e de liderança nas organizações, de que as pesquisas nos dão conta. Casos de assédio e de violência sexual granjeiam facilmente uma visibilidade sem precedentes por via da internet e das redes sociais que, simultaneamente, normalizam a *objetificação* das mulheres através de

representações importadas da pornografia e padrões de atratividade que servem diferentes indústrias. Novas formas de ativismo e de solidariedade tornam-se populares nesses novos ambientes digitais que, ao mesmo tempo, se revelam propensos a fazer proliferar discursos racistas, homofóbicos e misóginos.

Comuns são também os discursos que, ao galvanizarem a ideia de escolha pessoal e de autodeterminação, reprivatizam questões de ordem pública, resgatadas ao longo do tempo da esfera pessoal e íntima para que o pessoal pudesse ser político. Frequentes são ainda as visões contraditórias do feminismo, ora dado como garantido, ora desconsiderado, ora apropriado e envolto em novas roupagens, capazes de esvaziar o seu potencial político. Angela McRobbie (2009) chama-lhes manifestações do pós-feminismo, que caracteriza como uma paisagem cultural que, precisamente por meio do discurso do empoderamento e da livre escolha, oferece às mulheres áreas de liberdade em diferentes planos da vida, sob a condição de rejeitarem o feminismo como movimento político de transformação. Igualmente detetável

é a mudança da “objetificação” para a “subjetificação sexual” feminina, como sugere Rosalind Gill (2008, 2009), traduzida na ideia de que as mulheres – algumas mulheres (jovens, magras e atraentes) – são tanto representadas como objetos sexuais passivos como galvanizadas como sujeitos ativos e confiantes no que ao sexo e à sexualidade diz respeito. Produto da cultura contemporânea sexualizada, consumista e neoliberal, este novo sujeito pós-feminista é, para Gill (2008, 2009), um exemplo perfeito das formas de atuação do sexismo na atualidade.

O que esta paisagem desarmónica deve suscitar é a premência de uma investigação de matriz feminista, que permita problematizar, a partir de uma perspectiva de género, não apenas a produção, o consumo e as representações veiculadas pelos *media*, mas também por outros atores e instâncias com um papel ativo no espaço público. Foi esse o repto que lançámos à comunidade internacional ao projetarmos um número especial da *Mediapolis* dedicado à temática *media*, comunicação e género. Quisemos criar um espaço de discussão,

que questionasse o gênero e as suas intersecções, que iluminasse as linhas de investigação que as múltiplas profissões da comunicação têm espoletado e que auxiliasse ao mesmo tempo o conhecimento e a compreensão do espaço público comunicacional lusófono. Não poderíamos estar mais satisfeitas com os ecos obtidos. À exceção do artigo de Carolina Matos, professora da City University of London, escrito propositadamente para a *Mediapolis*, e que publicamos na língua original, todos os contributos foram seleccionados de entre uma panóplia de investigações muito mais numerosa, com proveniências diversas, que foram submetidas ao sistema de arbitragem dupla e cega da revista. Todos enriquecem a nossa compreensão dos desenvolvimentos atuais neste campo de estudo. Naturalmente, estão longe de esgotar as áreas nucleares que a investigação tem privilegiado ou de cobrir os domínios menos explorados. Mas configuram, estamos certas, uma coleção rica e diversificada sobre novos e renovados territórios de pesquisa, assim como de esperança e de injustiça, que urge compreender.

Media, comunicação e gênero: estrutura do número 7

Procurámos superar o desafio que a organização da pluralidade de contributos nos colocou recorrendo, por um lado, às características do ambiente mediático contemporâneo e, por outro, à convencional estruturação das pesquisas científicas de acordo com o seu objeto de estudo, a saber, conteúdo, produção e audiências. Da articulação destes elementos resultou um número temático desdobrado em três secções: a primeira sobre **Ativismo: Desafios e Perspetivas**; a segunda sobre **Conteúdo: Representações e Identidades**; a terceira e última sobre **Produção e Consumo: Contextos e Práticas** – enriquecidas com duas resenhas de obras recentes, uma delas sobre as temáticas em apreço. Referir-nos-emos resumidamente em seguida aos contributos que dão corpo a cada uma destas partes.

Há aparentemente dois discursos distintos e antagónicos sobre as novas tecnologias e a internet no que ao feminismo diz respeito: um que celebra o potencial dos ambientes digitais; outro que receia o papel desses novos

espaços na proliferação de novas violências contras as mulheres. Os dois primeiros textos apresentados na secção **Ativismo: Desafios e Perspetivas** dão conta dessa tensão.

Em *Re-thinking feminism and democratic politics: the potential of online networks for social change and gender equality in Brazil* (Repensando o feminismo e a política democrática: o potencial das redes online para a mudança social e igualdade de gênero no Brasil), Carolina Matos discute, a partir de uma leitura otimista, os contributos da pesquisa feminista para a reflexão sobre as implicações na mudança social da comunicação em rede. Utilizando como casos de estudo as práticas discursivas online de coletivos feministas brasileiros, a professora do Departamento de Sociologia da City University London, autora de livros como *Journalism and Political Democracy in Brazil* (Jornalismo e Democracia Política no Brasil) (Lexington Books, 2008) e *Media and Politics in Latin America: Globalization, Democracy and Identity* (Media e Política na América-Latina: Globalização, Democracia e Identidade) (I. B. Tauris, 2012), interroga-se

sobre o papel dos espaços digitais na emergência de um movimento feminista brasileiro e nos processos mais vastos de democratização do Brasil. Para a autora, ainda que fragmentados e distantes do ideal de universalidade, e embora erráticos e condicionados à lógica comercial, estes são espaços que poderão ser instrumentais no combate à desigualdade de gênero e na luta por progressos sociais mais amplos, não obstante a relutância de algum criticismo prevalecente em reconhecer-lhes esse papel.

É também para o mundo virtual, particularmente para as redes sociais online, que olham as investigadoras portuguesas Mara Magalhães, Lídia Marôpo e Inês Amaral, identificando nos novos espaços comunicacionais diferentes formas de “ciberfeminismo” em circulação. Selecionando como objeto de estudo duas populares páginas feministas do Facebook, uma portuguesa, a *Capazes*, outra brasileira, a *Não me Kahlo*, as autoras procuram sinalizar semelhanças e, sobretudo, diferenças no plano do conteúdo, assim como no modelo predominante de ativismo praticado. Do *ciberfeminismo* mais conservador

das colaboradoras da *Capazes* ao *ciberfeminismo* social identificado nos *posts* analisados da *Não me Kahlo*, o artigo deixa antever a dinâmica dos usos estratégicos do espaço virtual em nome da emancipação.

A partir de uma perspectiva teórica e de uma realidade empírica diferentes, o artigo seguinte, de Dayane Sobreira, analisa as especificidades do movimento de mulheres rurais gerado na região da Borborema, na Paraíba, Brasil, interligando-as com as do movimento sindical e agro ecológico, em expansão naquele território, e com as dos movimentos transnacionais feministas. Além de iluminar a nem sempre reconhecida riqueza social e política do nordeste brasileiro, a autora mostra como o Polo da Borborema desafia a concepção ainda prevalecente do predomínio de um feminismo “urbano, branco e escolarizado”, ao constituir-se como um movimento feminista eminentemente rural.

Gênero e constituição de sujeitos biopolíticos abre a seção dedicada à temática **Conteúdo: Representações e Identidades**, mais numerosa do que as restantes, o que de certo modo traduz o historicamente mais

enérgico investimento da investigação nas representações. A partir do conceito de biopolítica, Elisa Hernández e Ângela Marques analisam as condições de representação das identidades sexuais no contexto institucional e cultural cubano, entre a exclusão e a esperança. Utilizando como mote uma premiada matéria, publicada no final de 2017, pelo cubano Jorge Carrasco, na plataforma online *El Estornudo*, as autoras refletem sobre o papel dos meios alternativos no processo de transformação social e política, em contraste com os meios tradicionais e estatais, cuja “governamentalidade neoliberal” está pouco sintomizada com as promessas e ideais do processo revolucionário. O texto *História de um pária* narra a vida de Farah Maria, nome por que ficou conhecido o travesti Raúl Pulid, e conta uma história de opressão e exclusão social, comum a muitos cubanos, mas dificilmente visível nos mesmos termos nos *media* tradicionais, como sustentam as autoras.

É também a tônica nas identidades sexuais que caracteriza o artigo de Juliane Noack Napoles & Helza Ricarte Lanz, produzido, neste caso,

em contexto alemão, na Universidade de Colónia. Tendo por base a teoria *queer*, as autoras refletem sobre as relações de género e as representações da sexualidade no filme “A bela e o palco” e, ao mesmo tempo, analisam as dinâmicas das relações sociais que operam tanto dentro, como fora do grande ecrã.

Dirigindo, diferentemente, a atenção para os conteúdos dos *media* de informação, Ester Minga revisita um dos principais traços da cobertura mediática do caso português conhecido como “Mães de Bragança”, a saber, a estereotipia das mulheres brasileiras no jornalismo praticado em Portugal. Sustenta a autora que, na sequência dos imaginários sociais produzidos durante o período colonial, as representações das mulheres brasileiras, incluindo nas construções noticiosas que extravasam os temas nucleares daquele caso – prostituição e imigração –, continuam indissociáveis do luso-tropicalismo e, logo, do exotismo e da sensualidade.

É também tendo por base conteúdos produzidos pelas organizações noticiosas que Elisângela Carvalho discute as construções socioculturais da

maternidade veiculadas pela revista brasileira *Crescer*. Trazendo à colação o duplo sentido do significante maternidade, como “natureza feminina” (“*motherhood*”), por um lado, e como “experiência feminina” (“*mothering*”), por outro, a autora procura desconstruir os valores patriarcais que gravitam em torno da maternidade nos discursos gerados por uma revista dirigida fundamentalmente a públicos femininos.

Ainda nesta secção, é apresentada uma análise que aborda a tensa relação entre publicidade e género. Com frequência, o olhar sobre a publicidade centra-se no seu papel em termos comerciais e económicos e no seu discurso lúdico e desproblematizador. Contudo, como mostram Ana Figueiredo e Daniela Pacheco no artigo *Dois corpos objetificados: igualdade nas representações publicitárias*, as práticas de representação da publicidade não podem desligar-se das questões da (in)justiça de género. As autoras analisam duas campanhas publicitárias portuguesas que sexualizam os corpos femininos e masculinos e questionam a relação da pretensa igualdade na representação de homens

e mulheres como objetos sexuais com o sexismo e a desigualdade estrutural.

A terceira e última parte, sobre **Produção e Consumo: Contextos e Práticas**, inicia com um artigo de Angie Biondi e Igor Lucas Ries sobre a autorrepresentação feminina da maternidade, a partir da análise das práticas de enunciação e comunicação numa página do Facebook, produzida por mulheres mães de crianças portadoras do transtorno do espectro autista. Recorrendo à etnografia virtual, a investigação desenrolada mostra como estas práticas são não apenas inconciliáveis com o ideal da maternidade inscrito na feminilidade patriarcal, como também, e sobretudo, geradoras de novos modos de ser, traduzidos nos “relatos de si”, oferecidos por mulheres que, por via da rede social, se apresentam e interagem como sujeitos de fala legítimos.

Com a atenção também dirigida para as expressões da autorrepresentação em contexto digital Thereza Nardelli e Joana Ziller refletem, em *Apresentação visual de corpos femininos online*, sobre as *selfies* e o *nudes* como práticas importantes na gestão da “autovisualidade contemporânea”. As *selfies*, sustentam,

permitem criar “uma visualidade de si” potencialmente emancipadora, ao favorecer a enunciação e a visibilidade de formas de ser marginais.

Como pensar o sexo e a sexualidade na era digital? Esta é outra das questões trazidas à colação pelas pesquisas reunidas neste número. Centrando-se em fenómenos populares, tais como os *live shows* em *webcam chat sites*, Danilo Patzdorf investiga o modo como as tecnologias digitais estão a transformar as práticas sexuais. Para o autor, os novos ambientes de interação digital dissolvem a “*pornotopia*” instituída pela pornografia através de uma dupla ação. Por um lado, o consumo da pornografia deixa de estar dependente da indústria do sexo tradicional, já que são também os consumidores que produzem conteúdos com os demais membros das redes, transitando da condição de *voyeurs* para a de *touchers*. Por outro, são as próprias experiências sexuais que são deslocalizadas do espaço privado, individual, enquanto *topos* seguro de produção e consumo da pornografia, ao mesmo tempo que o sexo e o prazer são descentrados das sensações do corpo orgânico.

Os efeitos das redes sociais online nas estratégias de consumo são também interrogadas. Letícia Alves Lins analisa o modo como os utilizadores interagiram, através das redes sociais, com duas campanhas publicitárias brasileiras que suscitaram questões de género e um “engajamento” nem sempre positivo relativamente às opções tomadas pelas marcas, mas assaz interessado e enérgico.

O último dos artigos aqui reunidos resulta de uma investigação dos investigadores Ricardo Carvalheiro e Maria João Silveirinha sobre as pouco estudadas práticas de receção no contexto da censura do Estado Novo, em Portugal. Deslocando o enfoque das implicações da censura Salazarista na produção mediática para a receção feminina de conteúdos radiofónicos e televisivos, o seu trabalho assinala a pertinência da revitalização dos estudos das audiências, ao mesmo tempo que oferece uma nova inteligibilidade para pensar as dinâmicas hegemónicas típicas dos regimes censórios que vão muito para além das imposições institucionais. Recorrendo à história oral, analisam formas de interação com e através dos *media* relatadas por mulheres nascidas

nas primeiras décadas da ditadura e identificam “práticas de inibição e condenação” indissociáveis do género e da receção mediática, que coexistiriam e complementaram a censura e a repressão oficiais.

Dos contextos de opressão, de que nos fala esta última pesquisa, aos territórios comunicacionais emergentes, todos nos remetem para os *media* como uma área importante de estudo da justiça social. Esse é o denominador comum das investigações reunidas neste número temático, aqui sumariamente apresentadas. De um modo geral, todas discutem fenómenos globais, com o olhar dirigido a específicos contextos europeus e sul-americanos, particularmente brasileiros. Refletem, por isso, no seu conjunto, diferentes condições e experiências locais e nacionais, contrastando perspetivas e orientações analíticas e assuntos geograficamente dinâmicos. A todas e a todos os autores agradecemos o seu relevante contributo.

Coimbra, 30 de julho de 2018
Rita Basílio de Simões
Rosa Maria Sobreira

REFERÊNCIAS

- Álvares, C. & Veríssimo, I. (2017). Practice what you preach: deconstructing gender equality in Portuguese media. In K. Ross & C. Padovani (eds.) *Gender Equality and the Media* (pp. 157-170). New York, London: Routledge.
- Alwood, E. (1996). *Straight News: Gays, Lesbians, and the News Media*. New York: Columbia University Press.
- Beurer-Zuellig B., Fieseler, C. & Meckel, M. (2009). A descriptive inquiry into the corporate communication profession in Europe. *Public Relations Review*, 35, 270-279.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. New York: Routledge.
- Byerly, C. M. (2011). *The Global Report on the Status of Women in the News Media*. Washington: International Women's Media Foundation.
- Byerly, C. M. & Valentin, A. (2017). Women's access to media: legal dimensions of ownership and employment in the United States. In Lind, R. A. (ed.) *Race and gender in electronic media: content, context, culture* (pp. 267-292). New York, London: Routledge.
- Carter, C., Steiner, L. & McLaughlin, L. (2014). (eds.) *The Routledge Companion to Media and Gender*. New York: Routledge.
- Djerf-Pierre, M. (2007). The gender of journalism: the structure and logic of the field in the twentieth century. *Nordicom Review*, Jubilee Issue, 81-104.
- Dozier, D. M., Sha, B. L. & Shen, H. (2013). Why Women Earn Less Than Men: The Cost of Gender Discrimination in U.S. *Public Relations Journal*, 7(1), 1-21.
- Fraser, N. (2013). *Fortunes of feminism: from state-managed capitalism to neoliberal crisis*. London: Verso.
- Gill, R. (2008). Empowerment/Sexism: Figuring Female Sexual Agency in Contemporary Advertising. *Feminism & Psychology*, 18(1), 35-60.
- Gill, R. (2009). Supersexualize Me! Advertising. (Post)feminism and 'the Midrifts'. In F. B. Attwood (ed.) *Mainstreaming Sex: The Sexualization of Culture* (pp. 93-109). London and New York: I. B. Tauris.
- Gross, L. (2001). *Up From Invisibility: Lesbians, Gay Men, and the Media*. New York: Columbia University Press.
- Grunig, L. A., Toth, E. L., & Hon, L. C. (2000). Feminist values in public relations. *Journal of Public Relations Research*, 12(1), pp. 49-68.
- Grunig J. & Grunig, L. (2011). Characteristics of excellent communication. In T. L. Gillis (ed.) *The IABC Handbook of Organizational Communication, Public Relations, marketing and Leadership*. Jossey-Bass-São Francisco: Wiley.
- Grunig, L., Toth, E. & Hon, L. (2013). *Women in Public Relations: how gender influences practice*. New York: Routledge.
- Hooks, B. (2009). *Reel to Real: Race, Sex, and Class at the Movies*. Routledge Classics.
- Lind, R. B. (2017). (ed.) *Race and gender in electronic media: content, context, culture*. New York, London: Routledge.
- Lobo, P., Silveirinha, M. J., Silva, M. T. & Subtil, M. (2017). "In Journalism, We Are All Men": Material voices in the production of gender

- meanings. *Journalism Studies*, 17(9), 1148-1166.
- Matos, C. (2017). Rosalind Gill: “não queremos só mais bolo, queremos toda a padaria!”. *Matrizes*, 11(2), 137-170.
- McRobbie, A. (2009). *The Aftermath of Feminism: Gender, Culture and Social Change*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage.
- North, L. (2009). *The Gendered Newsroom: How Journalists Experience the Changing World of Media*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- North, L. (2015). The Currency of Gender: Student and Institutional Responses to the First Gender Unit in an Australian Journalism Program. *Journalism & Mass Communication Educator*, 70(2), 174–186.
- Ross, K. (2014). Women in Media Industries in Europe: What’s Wrong with this Picture?, *Feminist Media Studies*, 14(2), 326-330.
- Ross, K. & Padovani, C. (2017). (ed.) *Gender Equality and the Media: A Challenge for Europe*. New York, London: Routledge.
- Sha, B.-L. & Dozier, D. M. (2011). *Women as public relations managers: Show me the money*. Paper presented at the Public Relations Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, St. Louis, MO.
- Steiner, L. (2012). Failed Theories: Explaining Gender Difference in Journalism. *Review of Communication*, 12(3), 201-223.
- Toth, E. (2001). How Feminist Theory Advanced in Practice of Public Relations. In R. L. Heath (ed). *Handbook of Public Relations* (pp. 237-246). Sage Publications.
- Tuchman, G. (2004). O aniquilamento simbólico das mulheres pelos meios de comunicação de massas. In M. J. Silveirinha (coord.) *As mulheres e os Media* (pp. 139-153). Lisboa: Livros Horizonte.
- Vardeman-Winter J. & Place, K. R. (2017). Still a lily-white field of women: The state of workforce diversity. *Public Relations Review*, 43, 326-336.
- Warner, M. (1993). (ed.) *Fear of a Queer Planet: Queer Politics and Social Theory*. University of Minneapolis, London: Minnesota Press.
- Wrigley, B. J. (2010). Feminist Scholarship and its Contributions to Public Relations. In R. L. Heath (ed). *The Sage Handbook of Public Relations* (pp. 247-260). Sage Publications.

Ativismo: Desafios e Perspetivas

Re-thinking feminism and democratic politics:

the potential of online networks for social change and gender equality in Brazil

Repensando o feminismo e a política democrática: o potencial das redes online para a mudança social e igualdade de gênero no Brasil

Carolina Matos

Professora do Departamento de Sociologia da City,

University of London

Carolina.Matos.1@city.ac.uk

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6304-3591>

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_1

Abstract

This article provides a critical summary of feminist theoretical perspectives on the potential of online communications for women's rights, further sketching a brief case study of contemporary Brazilian feminism and the mobilization around women's rights, particularly in the year 2015. This is done through a discussion of the discursive online practices of websites like *Blogueiras Feministas* and the NGO *Think Olga*, part of a wider project (Matos, 2017). Questions asked include how the media can better contribute to assist in gender development, and how online platforms can make a difference. I argue that despite constraints and setbacks, the seeds of a wider transformative influence in the offline world are slowly being planted in a highly fragmented, heterogeneous and erratic blogosphere.

Keywords: *cyberfeminism*; gender equality; media; Third World feminism; Brazil.

Resumo

Este artigo fornece um resumo crítico das perspectivas teóricas feministas sobre o potencial das comunicações online para os direitos das mulheres, esboçando um breve estudo de caso do feminismo brasileiro contemporâneo e a mobilização em torno dos direitos das mulheres, particularmente no ano de 2015. Isso é feito através da discussão das práticas discursivas online de sites como o *Blogueiras Feministas* e a ONG *Think Olga*, parte de um projeto mais amplo (Matos, 2017). As questões colocadas incluem as de saber como os *media* podem melhor contribuir para ajudar no desenvolvimento do gênero e como as plataformas online podem fazer a diferença. Argumento que, apesar das restrições e retrocessos, as sementes de uma influência transformadora mais ampla no mundo offline estão sendo lentamente plantadas em uma blogosfera altamente fragmentada, heterogênea e errática.

Palavras-chave: *ciberfeminismo*; igualdade de gênero; feminismo do Terceiro Mundo; Brasil.

Introduction

Contemporary Brazilian feminist movements have seen a revival in the last years amid the paradoxes of the country's democratization process. The year 2015 was one in which feminism had appeared to have invaded the mainstream of the political sphere as well as within online spaces. After expanding significantly in the country since the decade of the 1990s, online communication platforms and other social media networks have become prominent tools by which civil society players, social movements and feminist groups make use of in their struggle for the advancement of women's rights and other advocacy causes. Feminist groups have slowly managed to gain inroads in mainstream society and politics, experiencing both the contradictions of gaining visibility in online spaces whilst also suffering from the vulnerability of the processes of exclusion and the oppression exercised by conservative groups of the status quo both online and offline.

Gender politics has begun to take full hold of cyberspace in the 21st century, both in the developed and developing world. Digital access and

rights are important are the means by which women worldwide seek empowerment and advancement outside of the constraints of institutional structures. The UN Commission on the Status of Women in 2003, in article 47, for one had already underlined the centrality of the participation and access of women to information and communication technologies, and use of these for their empowerment. The relationship between women and new technologies has thus developed as an important area of research for feminists and other scholars working in the social science (i.e. Haraway, 1991; Wajeman, 1991; Plant, 1995; Harcourt, 2000; Sandoval, 2000; Sutton and Pollock, 2000; Wakeford, 2000). Research has underscored how women are heavy users of social media, even more so than men, with an expanding body of international scholarship growing considerably in the last decades, including some emerging important research in Brazil (i.e. Natansohn, 2013; Ferreira, 2015; Matos, 2017).

A lot of the theoretical debates and empirical research within gender and cultural studies and feminist theory has in the last decades focused more

on the potential offered by online communication networks and social media, and how these can assist in feminist campaigns, advocacy and political mobilization around issues such as political representation, patriarchy, gender stereotyping in the media as well as discrimination in the workplace and the gender pay gap (i.e. Budgeon, 2011; Gill & Scharff, 2011; Gill, 2012; Gallagher, 2014).

My interest here is in the relationship between feminism and new technologies in terms of the ways in which these vehicles can be made meaningful for women in everyday life, and how these can function as tools for gender development in localised contexts within globalization. I am interested in examining what other authors have started to do, as McNeil (2013) indicates, which is to explore the discursive practices and opportunities opened up by cyberculture, looking at what is happening on the ground. These everyday activities, that many would classify as being banal, are for one under-researched within feminist media studies, as pointed out by scholars (Sarikasis, 2014). It is my view that this deserves more attention.

The engagement with the discursive communication practices and online interactions of these groups is a first step in granting them a voice and providing them with cultural recognition, closely tied to economic resources (Fraser, 2014), as well as contributing to insert their struggles within a wider international agenda of global gender justice.

In a highly commercially concentrated media environment, where the political avenues are largely dominated by big business and wealthy sponsors, online spaces provide opportunities for citizens, grassroots and social movements to push for social change. Particularly in the case of Brazil, new technologies have even a stronger possibility of influencing the *political sphere*, sectors of the public opinion and the offline sphere, constituting forms of political engagement and articulation of subject positions, identities and discourses beyond the confines of traditional governmental and media institutions. For starters, there is sufficient evidence of cases when heated discussions on social media provoke certain changes in governmental decisions and reactions.

These theoretical perspectives are thus discussed through the critical examination of a series of feminist blogs, such as the popular *Blogueiras Feministas*¹ and the NGO *Think Olga*², which are a part of a wider media and critical discourse analysis of contemporary online feminist websites in contrast to gender representations of femininity in advertising and commercials conducted elsewhere (Matos, 2017). Many of these feminist organizations and movements are part of a heterogeneous and multifaceted environment, operating within a fragmented online space which in many ways is more democratic but at the same time more contradictory, erratic and vulnerable. (i.e. Alvarez *apud* Vargas, 2010, p. 321; Matos, 2017).

Theorizing cyberfeminism and online activism

The term “cyberfeminism” is largely used to refer to a range of theories on the relationship between

gender and digital culture (i.e. Flanagan & Booth *apud* Daniels, 2009). *Cyberfeminism* began to grow in the decade of the 1990’s. Discussions have dated as far back as the 1970’s, amid the radical criticism of science and technology and the domination of men in these fields. Technological culture was seen as being inherently masculine, excluding the feminine (i.e. Wajcman, 1991, 2000; Plant, 1995). In her evaluation of what is meant by *cyberfeminisms*, Daniels (2009) has underpinned the contradictions, stressing the limits of the “subversive” potential of the web due to the material reality of the global political economy of new technologies. This includes the current digital divide in computer use and access in terms of gender, as well as between countries in the North and the South, and the generally exploitative labour conditions experienced by a majority of technology workers.

Quoting Gill (2005) and underlining the limitations of online activism in the North due to commercialization, Daniels (2009, p. 102-103) has argued that these views fail to acknowledge how women can make use

1 <http://blogueirasfeministas.com/>.

2 <https://thinkolga.com/>.

of digital technologies in innovative ways, including how the web can facilitate race and gender equality. As Plant (1995) argues in her poetic text *The Future Looms: Weaving Women and Cybernetics*, the convergence of women with the machine has been one of the key preoccupations of cybernetic feminism. Here Plant engaged in an intriguing comparison between the computer's history of weaving with the work done by women, proclaiming that computing was a female sphere and that cyberspace was a feminine domain, providing freedom from the patriarchal order (*apud* McNeil, 2013, p. 43).

Similarly to Plant, and even Haraway, Harcourt (2000, p. 693) has also been enthusiastic about the potential of the web for women's rights, giving a personal account on how the Internet shaped her everyday activities and granting her the opportunity to work more closely with women who are part of her personal space or "glocality" (a concept used to describe a politics based on place-based needs, where "the global is closely mapped onto the local"). Cyberspace has thus provided previously marginalised

non-political actors with the possibilities of engaging in the political scene in ways which contrasts to the difficulties encountered offline and in everyday life (Sassen, 2002). Young women and other third wave feminist throughout the world have been restoring to the web to engage in civic action and mobilize against their oppression. To research their voices and take their activities seriously is the first step towards the recognition (Fraser, 2014) of the need to provide solutions to the persistence of gender inequality the world today.

Methodology

The feminist websites that I have examined here are part of a wider project on gender, development and the media, for which I collected a variety of discourses, images and representations in both the Brazilian mainstream media and in online platforms on various types of *discourses* on women's rights and issues, ranging from the traditional and regressive to the empowering, contradictory and ambiguous (Matos, 2017). The

intention here was to examine two opposing and contradictory scenarios: one was connected to sectors of the mainstream media, such as advertising and female magazines, which are still influenced by stereotypical representations and idealisations on what the "Brazilian women" should be, and the other is a growing online activism which is providing opportunities for resistance, contradiction as well as reaffirmation.

The feminist groups and websites that were analysed managed to contribute in a vibrant way, however sporadically and in a limited manner within specific moments in time, to either mobilize and organise protests, assist in public policy debate and decision making as well as striving to create awareness within wider Brazilian society on women's rights. These blogs have also functioned in a highly fragmented cyberspace, where mobilizations, protests and debates occur with more or less intensity during particular periods, and in the context of issues which are being debated within the political sphere, from the chauvinism expressed during Dilma's campaign to the relevance

of the *Maria da Penha law*³ and the abortion debate. I have chosen here to focus on discursive practices, and by *discourse* I mean a set of communication practices that challenge, reaffirm as well as *subvert* a set of ideas and views expressed through language and images on a particular subject. As Fairclough (1998) has argued, discourse is a form of power and is closely connected to ideological positions whilst it is presented as “natural” and “common sense.

There are evidently many active women’s movements and feminist groups engaging online, which would be impossible to examine all. I have included, among my original data, in this chapter a selection of popular feminist websites, including *Blogueiras Feministas* and *Think Olga*. I further discussed the Twitter campaigns of *#Primeiro Assedio* (First Sexual

Harassment), alongside posters from the country’s version of the SlutWalk (*Marcha das Vadias*)⁴. In this article I thus provide a brief sketch of some of these everyday practices and discourses which circulated online in an attempt to influence offline avenues. A key feature of these websites is the diversity and heterogeneity of the causes and forms of advocacy of the feminist groups, including a variety of political themes, ranging from depictions of sexism in everyday Brazilian society, to cases of violence against women, rape and sexual harassment, alongside political representation demands and other forms of discrimination.

Issues such as gender stereotyping in the media, the lack of diversity of women’s identities, and the presence of Afro-Brazilian women on television, were among some discourses articulated alongside criticisms of the authoritarian legacy of Brazilian society and its struggle with difference, refusing to extend citizenship rights to diverse groups of people. This is happening at a moment when the role of ICTs

(new information and communication technologies) in social and economic development is receiving renewed attention by international bodies and governments, as well as within the debates on gender and development articulated through the GAD approach (Gajjala & Mamidipudi, 1999), among others.

ICTs for development: the limits and the potential of the Internet for democratic politics

Debates on the potential of the internet have been cast in what many authors have claimed as two opposite camps (i.e. Chadwick, 2006; Curran & Seaton, 2010), the more utopian perspective, of those who have tended to endorse a technological determinism mindset, including here the work of Castells (2007), or the so-called sceptics. The first group has seen new technologies in them a potential to revolutionise our structures and ways of life, while the other scholars claim that these are insufficient in their capacity to correct structural inequalities, however opening up

3 The Maria da Penha law was sanctioned in 2006 during the Lula government to combat domestic violence and create harsher penalties, including temporary imprisonment, for husbands denounced for psychological abuse against their wives. It was named on a real life women called Maria da Penha, who suffered domestic abuse in the hands of her husband for over 20 years and struggled in court to obtain justice to her cause.

4 See the website <https://marchadasvadiaswb.wordpress.com/conheca-a-marcha/porquevadias/>.

spaces for participation and democratization (i.e. Iosifidis, 2011; Dahlgren, 2012). Social movement scholars have attempted to examine the nature of such practices, examining how using the web relates to levels of participation or civic engagement (i.e. Della Porta, 2012).

If on one hand online technologies can offer opportunities for wider political participation, as well as permitting institutions to become more transparent and to engage in direct contact with the public, they can also suffer from the same problems as other media sectors, such as excessive commercialization and concentration (i.e. Chadwick, 2006). In Guedes Bailey and Marques' (*apud* Siapara & Veglis, 2012) discussion of the arguments on the potential of online communications, I stress the one that they highlight as being the more appropriate in its understanding of the potential of social media (as well as online communications): namely that social media is neither positive or negative, and that ICTs can be both "socially shaped by the uses people define for them and society shaping" (Guedes Bailey & Marques, 2012, p. 396).

Arguably, third wave feminists have been particularly attracted to the Internet (Budgeon *apud* Gill & Scharff, 2011, 2013), interacting intelligently with these spaces in their quests to appropriate previously pejorative terms, such as words like "slut" and "bitch", to combat gender inequality, in attempts to revert sexist images and language and articulate counter-hegemonic discourses. However, the mere access to online networks and the competency in computer skills is not enough. This would be to merely embrace technological determinism, or to view the access to technologies within the framework of modernization theory. The latter saw an economic role for the media in contributing to speed up development and make countries "catch up" with the West (i.e. Schramm, 1964), and which largely argued that mere connectivity was needed (Asiedu *apud* Shade, 2015, p. 227).

Access to new technologies is important in terms of communication rights, and in developing countries more so in a context where sectors of the population do not have access to such networks and find

themselves excluded. However, of equal importance here or more so are the ways in which these online communication networks can be appropriated as a sphere of influence, mobilization and political activity. The Internet has been expanding rapidly in Latin America and is also reaching different groups across classes. According to a 2014 report from the Economic Commission for Latin America and the Caribbean (Cepal), around 58% of Brazilians have access to the Internet, a significant improvement from the 30% registered in 2006.

The 2013 report by the *Broadband Commission Working Group on Broadband and Gender, Doubling Digital Opportunities: Enhancing the Inclusion of Women and Girls in the Information Society*, published by Unesco⁵, stated also how the sustainable development agenda can be advanced through the promotion of new technologies in support of gender equality. As the 2013 report stated,

5 The full report can be accessed at <http://www.broadbandcommission.org/documents/working-groups/bb-doubling-digital-2013.pdf>.

after more than twenty years, there are still two-thirds of the planet's population who do not have access to the web. Most of these are women. Studies have shown that women from the lower classes are the group which are mostly connected, and who use the web for shopping and other activities, seeking entertainment and news. The 2013 Broadband report further spotted the uses that ICTs have had in countries like Brazil in the fight against gender violence, pointing out the large use of mobile technology and computers in the country's shanty-towns.

Another crucial factor in this debate however is not only the problem of granting more access to online communications to diverse groups of women, but to have them participate in the online sphere as *equal* subjects, and as influential as other more privileged groups in discussion and policy-making, thus being encouraged to make better use of communication platforms for self-expression and politics. Thus the acknowledgement of the transformative role that these new technologies can, and have already had, for gender

development, however limited and contradictory, is a nod to the theories that state that communications do have an essential part to play in development, and need further investigation and debate.

The evaluation of the impact that communication technologies can have for the causes of these movements thus needs to be time and context-specific, taking into consideration the political particularities of the given moment. Judging by the impact of these new technologies in events such as the *Arab Spring in 2011*, the *Occupy movement* and the protests of the *Indignados* in Spain, it can be argued that these platforms can have a short-term collective local or global effect within a specific time period, nonetheless laying the roots for further mobilization and expansion of the cause. Thus the fact that these initiatives are fragmented and mostly short-lived should not be a reason to be dismissive. Rather these need to be seen as stepping stones in the building of pathways towards greater gender equality and social inclusion, deepening democratization.

Contemporary Brazilian feminisms in the digital age: a case study

Feminism theoretical debates as well as mobilization have seen a significant revival in the last ten years in Brazil, particularly throughout the year of 2015 and 2016, which were seen as vital for online and offline feminist political activism. This can be understood in the light of the re-democratization process of Brazil of the last 30 years following from the end of the dictatorship in the mid-1980s, and which saw an expansion of liberal democracy in the country as well as its insertion within the global economy. Political liberalization also saw the gradual expansion of a welfare state and the wider inclusion of social movements and other groups in the political mainstream, albeit with serious setbacks from the year 2016 onwards following from the impeachment of Dilma Rousseff.

Many Brazilian feminists since the decade of the 1960s, when they fought against the dictatorship, have managed to exercise influence in the shaping of policies and debates on gender, including reactions to attempts

of criminalising abortion in the country. Progress has thus been slow and many causes continue to be fought in what is still a highly fragmented political space (i.e. Matos, 2017). Tracing the development of feminism in the country, Alvarez (*apud* Ferreira, 2015, 208) has focused on the phrase *discursive fields of action* instead of “feminist movements”, underlining three moments in the history of contemporary feminism: the first during the dictatorship of the 1970’s, which was responsible for the creation of the feminist movement; the second during the re-democratization years, which paved the way towards the pluralization of feminism and the third starting in the beginning of the 21st century, having marked a more “horizontal flow of discourses”.

Recent studies such as Natansohn’s (2013) and other comparative work done on Brazil, Argentina and Spain have provided important research insights for debate in the field on the use of new technologies for the advancement of gender equality. Research though on the uses made by feminist groups of the Internet is still expanding and there is scope for

further development (i.e. Natansohn, 2013; Ferreira, 2015; Matos, 2017). It is thus possible to draw some parallels between the “Brazilian uprising” with the mobilization of women during the Arab Spring. As Khamis (*apud* Carter *et al.*, 2015, p. 565) has argued, thousands of women throughout the region played a visible role in the 2011 Arab Spring, having taken to the streets to call for an end to the dictatorship, demanding freedom and defying traditional gender roles, appearing in “the frontline of resistance and risking their lives”.

In the Brazilian case, the political mobilization of women did not occur within the same context and was not directed towards a dictatorship, but nonetheless had the same vibrancy and political immediacy. These were protests that had been ongoing in the last years, and which included various Slut Marches held throughout the country in 2011 (Ferreira, 2015). The new face of Brazilian feminism thus was refreshing the traditional mixing of the personal with the political (Gomes & Sorj, 2014). Among some of the popular websites in the Brazilian blogosphere and *Facebook* home pages

are *Blogueiras Negras*, *Geledes*, *Escreva Lola Escreva*, *Blogueiras Feministas*, *Think Olga* and *Não me Kahlo*, *Ventre Feminista* and *Arquivos Feministas*⁶. Many of these websites include various personal stories and testimonials, providing spaces for self-expression and liberation from everyday hierarchies, with different groups of Brazilian women across classes and social background, ranging from 18 to 40 years old, articulating a variety of discourses and making use of these networks for their own purposes.

The *Escreva Lola Escreva*, created by professor Lola Aronovich in 2008, paved the way for many young girls to get acquainted with feminism for the first time. As of 2014, it has had approximately 250.000 visits per month and is being considered one of the most popular in the field, alongside *Blogueiras Feministas*. The latter has over 37.000 followers, and is situated in the capital Brasilia, counting with

6 The websites can be access at <http://blogueirasnegras.org/>; <https://www.geledes.org.br/>; <http://escrevalolaescreva.blogspot.com/>; <http://www.naomekahlo.com/>; <https://www.facebook.com/ventrefeminista/>; <https://www.facebook.com/arquivosfeministas>, respectively.

a series of collaborators. One of its key aims is to break down stereotypes, including stating that feminism should not be understood as the opposite of chauvinism. Feminist blogs like *Blogueiras Feministas* and the new NGO *Think Olga* nonetheless are articulating many debates on women's issues that are yet to be fully included in mainstream Brazilian society and the media. The process is slow and contradictory, including occasional reinforcements of stereotypes in these websites themselves as well as backlashes from conservative sectors both online and offline.

One of the strengths of the *Blogueiras Feministas* has been precisely its list of discussion in the forum section, an initiative of Cynthia Semiramis, but which has also migrated to the social media platform, Facebook. According to Bia Cardoso, the main purpose of the blog, a grassroots initiative run by eight people but which also participates in institutional events, is to encourage debate and stimulate Internet activism within an editorial policy that favours intersectional feminism. The front page of *Blogueiras Feministas* highlights

the main themes of the blog, including the women's body, reproduction and abortion rights. It also discusses issues of intersectionality, emphasising how patterns of gender oppression are interlinked with other forms of constraint (i.e. race and class). The blog states how its aim is to achieve a more just and equal society, having as its main objective the discussion of feminism. It further adds that its focus is on the articulation of critiques of institutions and structures in order to combat prejudices. The text further stressed the fluidity of feminism, signaling towards the inclusion of multiple feminist identities.

The most read stories on the blog included those which focused on the body, and the stress placed on women's own control of it, such as "Our support for women, prostitutes, feminists and trans-feminists from the *Marcha das Vadias* of Rio de Janeiro" and "Anatomy of pleasure: clitoris and orgasm". Other themes included the combined oppressions of race and gender, as well as feminist thought and sexual harassment. Links were provided with connections to the *Think Olga* sexual harassment campaign, and to others

with a focus on how to denounce domestic violence.

The *Blogueiras Feministas* website has also given support to the Brazilian version of the Slut Walks, the "Marcha das Vadias", which has been seen by some academics as a symbol of the new articulations around women's issues in the country (i.e. Ferreira, 2015). *Blogueiras Feministas* has encouraged attention to the images and styles of the demonstration, which are played out during the marches. A strong component of the action of the "Marcha das Vadias" movement has undoubtedly been their appeal to imagery, to the visual and the body. The many posters for the *Marcha das Vadias* have played with language and words using irony, play and provocativeness, subverting the use of the word "slut", and stating that the term is used in a pejorative way, in an attempt to shed light to the "patriarchal" character of Brazilian society. It emphasizes some traditional social norms and codes, and which serve to condemn some women to be merely "slept with" from those who are "for marrying". The "Marcha das Vadias" has regional versions which are held

in twenty five states, from Sao Paulo, to Brasilia and Belo Horizonte, with each region having their own blog and organising their own meetings, further adopting various types of provocative slogans for each protest.

One of the posters for their third march, which took place in Fortaleza during the year 2013, ahead of the World Cup in 2014, adopted a slogan which stressed that women should have the right to owe their own bodies. This could be read as being either an allusion to abortion rights or sexual pleasure. The slogan was: “O meu corpo é meu. Nem da Copa, nem da igreja e muito menos seu!” (My body is mine. It is neither of the World Cup, or the Church or yours!). The tone here made less political connections, striving to influence party politics from a policy perspective and emphasizing more individual freedom as well as subversion from the established order.

Other posters included phrases such as “Cansei! – Se ser livre é ser vadia, então somos todas vadias” (I am tired – If to be free is to be a slut, then we are all sluts!) and “Venha para a Marcha Nacional das Vadias – 26 de Maio” (Come to the national

march on the 26th of May). Here the pejorative word “slut” was taken on its head and used as synonymous with “freedom” and “liberty” from oppression, signalling towards the need for the inclusive of women and their multiple identities. The reference to the expression “Cansei! (I am tired) here can also be read as an indication of the exhaustion in trying to conform to rigid gender identity roles or stereotypes which deny women in Brazilian society their own individuality and creative expression.

Another feminist movement which has proven to be successful in making inroads into the mainstream, and influencing public debate on women’s rights across a variety of platforms, has been the NGO *Think Olga*. In its examination of the year 2015, *Think Olga* in January 2016 underlined it as being the year of the “never ending spring” for women, inviting comparisons to the 2011 Arab Spring. It published the story “Mulheres em 2015 ocupam as redes para exigir direitos e pedir o fim do assédio sexual e da intolerância” (Women in 2015 took to online networks to demand rights and ask for the end of sexual harassment

and intolerance), further underlining that the year of 2015 was the year when “feminism” ceased to be a “dirty word”.

In a text published on its website on the 18th of December 2015, “Uma primavera sem fim” (A Spring without end), Luise Bello of *Think Olga* affirmed how 2015 was the year of online feminism. As she noted, between January 2014 and October 2015, the web search for the words “feminism” and “female empowerment” grew from 86.7% to 354.5%, respectively. The former reached 90.500 in October 2015 and the latter 3.600 in the same period. Among popular campaigns and hashtags were “lei do feminicídio” (femicide law) in February 2015, which received 12.822 hits, the protest movement *Marcha das Margaridas* (March of the Daisies), with 28.633 in August, and another 252.101 with the sexual harassment campaign *#PrimeiroAssedio* (First Harassment).

Similarly to *Blogueiras Feministas*, *Think Olga* is also interested in stories on intersectionality, having published personal testimonials on women and their everyday life experiences of harassment. It states as an aim

the promotion of the achievements of women, including a link for the public to access women experts (“Entreviste uma Mulher” (Interview a Woman). Given the focus on similar topics, including discourses on feminism, representations of women in the media, discussions of everyday sexism and concerns with violence against women, it is possible to see both *Blogueiras Feministas* and *Think Olga* as being quintessential examples of Brazilian new contemporary third wave feminisms. These feminist blogs frequently reference each other, including images from other blogs, such as the “Marcha das Vadias” posters in the *Blogueiras Feministas* blog. *Think Olga* also has links which encourages women to report abuse and violence against them, such as the “Manda Prints” section (send your prints), which refers to online sexual harassment.

Feminists groups have also restored widely to Facebook, and particularly to Twitter, to criticise sexism in Brazilian society. The NGO *Think Olga* engaged creatively with Twitter through the successful *Chega de Fiu Fui* (“Enough of Whistling”) campaign. Launched in July 2013, it was

set up to tackle sexual harassment in public spaces and was initially met with a lot of resistance, however managing to engage various people. The campaign was also supported by research findings conducted by the journalist Karin Hueck, who interviewed 8.000 people to discuss sexual harassment in public spaces. The results showed that 98% of women suffered from some form of sexual harassment, with 83% not agreeing with it and another 90% deciding to change clothes before leaving the house to avoid problems.

The campaign on *Twitter* started after a young 12 year old girl, who appeared on the Brazilian television program *Master Chef Junior*, suffered later from sexual harassment comments on social media. This led to the launch of the campaign *#PrimeiroAssedio: você não está mais só* (First Sexual Harassment: you are not alone anymore) by Juliana de Faria, founder of *Think Olga*, with the hashtag having 82.000 mentions. The main reasoning behind the campaign was to provide women victims of harassment as a child a voice to speak of their experiences. This was a ground breaking

moment in Brazilian history, as for the first time various groups of women took to *Twitter* to talk. Women were invited to speak about personal issues such as their first sexual harassment experience. The hashtag would be retweeted more than 100.000 times, culminating in 11 million searches and being the highlight of Google in 2015. An important link was made here between the existence of sexual harassment with the high statistics on rape in the country.

Brazilian feminists are thus slowly beginning to benefit from the opportunities opened by new technologies. The last years has shown in particular a revival of feminist movements and women’s groups, many which are gradually contributing to create new forms of transnational activism and global civil society engagement, capable in the mid to long term of strengthening democratic processes in the country (i.e. Alvarez, 1990; Vargas, 2010; Matos, 2017).

Conclusion

Despite the limitations on the capacity of the web to increase

democratisation due to the digital divide and commercialization, the web nonetheless is offering opportunities and spaces, however contradictory, chaotic and limited, to a diversity of groups to engage in debate and mobilize politically in a way which compensates for the offline constraints (Matos, 2017). In the brief sketch of the feminist blogs and websites discussed here, most of the discourses which circulated in these blogs shared similarities in the themes covered, ranging from mobilizing other political actors for protests, to criticising domestic violence and cases of sexual harassment. Debates explored the terrains of sexism in political campaigning, including criticisms towards the Dilma impeachment process, and the overall treatment of women as politicians, alongside discussions on workplace discrimination and gender stereotyping in the media.

New technologies in themselves thus cannot do all the work in terms of paving the way for more progressive change, but they can have an important role in helping shape debate, influencing and creating awareness. This evidently depends on how these

online platforms are used, for what purpose, with what effect and what consequences. An important aspect that needs to be emphasised is the role that communication platforms are having for democratic politics in developing countries like Brazil, despite criticisms which state that online engagement leads to low political participation. In a context where Brazil is seeing significant social and political regressions in the last years in the aftermath of the Dilma impeachment in 2016, causing disillusionment and a sense of hopelessness, it is these communication networks that are managing to influence thinking and public opinion, signalling to the wider importance that these will have in the near future in the contribution to the advancement of gender equality and the wider democratization process.

REFERENCES

- Alvarez, S. (1990). *Engendering democracy in Brazil - Women's movements in Transition Politics*. New Jersey: Princeton University Press.
- Budgeon, S. (2011, 2013). The Contradictions of Successful Femininity: Third-Wave Feminism, Postfeminism and 'New' Femininities. In R. Gill & C. Scharff (eds.) *New Femininities - Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity* (pp. 279-292). London: Palgrave Macmillan.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society, *International Journal of Communication*, 1, 238-266.
- Chadwick, A. (2006). *Internet politics*. Oxford University Press.
- Curran, J. & Seaton, J. (2010). *Power Without Responsibility*. London: Routledge

- Dahlgren, P. (2013). *The political web: media, participation and alternative democracy*. Manchester: Spring International Publishing.
- Daniels, J. (2009). Rethinking Cyberfeminism(s): race, gender, and Embodiment. *WSQ: Women's Studies Quarterly*, 37 (1/2), Spring/Summer, 101-124.
- Della Porta, D. (2012). Communication in movement: social movements as agents of participatory democracy. In B. Loader, B. & D. Mercea (eds.) *Social media and democracy: innovations in participatory politics* (pp. 39-55). London: Routledge
- Fairclough, N. (1998). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Ferreira, C. B. C. (2015). Feminisms on the web: lines and forms of action in contemporary feminist debate. *Cadernos Pagu*, 44 (January-June), 199 -228.
- Fraser, N. (2013). *Fortunes of feminism – from state-managed capitalism to neoliberal crisis*. London: Verso.
- Gajjala, R. & Mamidipudi, A. (1999). Cyberfeminism, technology and international development. *Gender and Development*, 7 (2), 8-16.
- Galetti, C. C. H. (2014). Feminismo em movimento: a marcha das Vadias e o movimento feminista contemporâneo. *18.º Redor – Perspectivas Feministas de Gênero: Desafios no Campo da Militância e das Práticas* (24-27 de novembro), 2196 – 2210.
- Gallagher, M. (2014). Feminist scholarship and the debates on gender and communication In A. V. Montiel (ed.) *Media and Gender: a scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender* (pp. 11-14). France: Unesco and IAMCR publication.
- Gill, R. (2012). Postfeminist media culture – elements of a sensibility. In M.C. Kearney (ed.) *The Gender and Media Reader* (pp. 136-149). New York, NY: Routledge.
- Gill, R. & Scharff, C. (2011, 2013). *New femininities: postfeminism, neoliberalism and subjectivity*. London: Palgrave Macmillan.
- Gomes, C. & Sorj, B. (2014). Corpo, geração e identidade: a Marcha das Vadias no Brasil. *Sociedade e Estado*, 29 (2), 433-442.
- Guedes Bailey, O. & Jamil Marques, F. P. (2012). Brazilian News Blogs and mainstream news organizations: tensions, symbiosis or independency? In E. Siaperá & A. Veglis (eds.) *The Handbook of Global Online Journalism* (pp. 395-412). West Sussex: Wiley-Blackwell.

- Haraway, D. (1991, 2000). A cyborg manifesto – science, technology and socialist feminism in the late 20th century. In D. Bell & B. M. Kennedy (eds.) *The Cyberculture Reader* (pp. 291-324). London: Routledge.
- Harcourt, W. (2000). The Personal and the Political: Women Using the Internet. *Cyber Psychology and Behaviour*, 3 (5), 693- 697.
- Iosifidis, P. (2011). The public sphere, social networks and public service media. *Information, Communication and Society*, 11 (5).
- Khamis, S. (2015). Gendering the Arab Spring – Arab women journalists/activists, cyber-feminism and the socio-political revolution. In C. Carter, L. Steiner & L. McLaughlin (eds.) *The Routledge Companion to Media and Gender* (pp. 565-575). London: Routledge.
- Matos, C. (2017). *Globalization, gender politics and the media*. Maryland: Lexington Books.
- McNeil, M. (2013). Cyberspace. In M. Evans & C. Williams (eds.) *Gender – Key Concepts* (pp. 41-48). London: Routledge
- Natansohn, G. (2013) Introdução: o que tem a ver as tecnologias digitais com o gênero? In G. Natansohn (org.) *Internet em código feminino: teorias e práticas*. Buenos Aires: La Crujía.
- Plant, S. (1995). The Future Looms: Weaving Women and Cybernetics. *Body and Society*, 1(3-4), 45-64.
- Sandoval, C. (2000, 2002). New Sciences – Cyborg feminism and the methodology of the oppressed. In D. Bell & B. M. Kennedy (eds.) *The Cyberculture Reader* (pp. 374-385). London: Routledge.
- Sarikakis, K. (2014). Arriving at a Crossroads: political priorities for a socially relevant feminist media scholarship. In L. McLaughlin & C. Carter (eds.) *Current perspectives in feminist media studies* (pp.105-111). London: Routledge.
- Sassen, S. (2002). Towards a sociology of information technology. *Current Sociology*, 50 (3), 365 – 385.
- Schramm, W. (1964). *Mass Media and National Development: the role of information in the Developing Countries*. California: Stanford University Press.
- Shade, L. R. (2015). Gender and digital policy: from global information infrastructure to Internet governance. In C. Carter *et al.* (eds.) *The Routledge Companion to Gender and the Media* (pp. 222-233). London: Routledge.
- Sutton, J. & Pollock, S. (2000). Online Activism for Women’s Rights. *Cyber Psychology and Behaviour*, 3 (5), 699- 705
- Vargas, V. (2010). Constructing New Democratic Paradigms for Global Democracy – the contributions of feminisms. In E. Maier & N. Lebon (eds.) *Women’s Activism in Latin America and the Caribbean – Engendering Social Justice, Democratizing Citizenship* (pp. 319-334). Rutgers University Press.
- Wajcman, J. (1991, 2000). Feminist Critiques of Science and Technology. In J. Wajcman *Feminism Confronts Technology* (pp. 1-27). London: Polity.
- Wakeford, N. (2000, 2002). Networking women and girls with information/communication technology – Surfing tales of the World Wide Web. In D. Bell & B. M. Kennedy, B. M. (eds.) *The Cyberculture Reader* (pp. 350-358). London: Routledge.

Ativismo feminista no Facebook:

uma análise comparada das páginas Não me Kahlo (Brasil) e Capazes (Portugal)

Feminist activism on Facebook: a comparative analysis of the pages Não me Kahlo (Brazil) and Capazes (Portugal)

Mara Magalhães

CIC.Digital-FCSH/CICS.NOVA

marasenyra@gmail.com

ORCID: 0000-0003-0217-4541

Lidia Marôpo

IPS/CICS.NOVA

lidia.maropo@ese.ips.pt

ORCID: 0000-0003-4687-7628

Inês Amaral

FLUC/CECS Uminho

inesamaral@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4929-4866

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_2

Resumo

Levando em consideração o feminismo como movimento social e ativismo digital, analisamos comparativamente as páginas feministas brasileira e portuguesa com maior número de seguidores no Facebook, respectivamente *Não me Kahlo* e *Capazes*. Neste estudo exploratório, utilizámos a ferramenta *Netvizz* para mapear os conteúdos publicados em março de 2016, numa análise quanti-qualitativa. Os resultados sublinham semelhanças nas temáticas abordadas que apontam para um enlace identitário (Pereira, 2011) entre os dois perfis, mas também diferentes ‘nós’ feministas (Tomazetti, 2015) em função das características de cada página e do contexto dos países. Na página portuguesa prevalecem narrativas individuais e pessoais, num tom intimista e confessional, com posições político-partidárias pouco explícitas, num feminismo em primeira pessoa, próximo ao que Galloway (1997) chama de ciberfeminismo conservador. Na página brasileira, os discursos são fortemente politizados, em tons reativos, reivindicativos ou de denúncias, que remetem para o feminismo como causa coletiva, no que Boix e Miguel (2013) chamam de ciberfeminismo social.

Palavras-chave: feminismo; ciberativismo; Facebook; Brasil; Portugal.

Abstract

Taking into account feminism as a social movement and digital activism, we comparatively analyze the Brazilian and Portuguese feminist pages with the largest number of followers on Facebook, respectively *Não me Kahlo* e *Capazes*. In this exploratory study, we used the *Netvizz* tool to map the contents published in March 2016, in a quanti-qualitative analysis. The results underline similarities in the themes addressed that point to an identity link (Pereira, 2011) between the two profiles, but also different feminist ‘nodes’ (Tomazetti, 2015) depending on the characteristics of each page and the context of the countries. In the Portuguese page, individual and personal narratives prevail, in an intimate and confessional tone, with little explicit political-party positions, in a first-person feminism, close to what Galloway (1997) calls conservative cyberfeminism. In the Brazilian page, the discourses are strongly politicized, in reactive, demanding or denouncing tones, which refer to feminism as a collective cause, in what Boix and Miguel (2013) call social cyberfeminism.

Keywords: feminism; cyberactivism; Facebook; Brazil; Portugal.

Introdução

As redes sociais *online* (Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, entre outras) são inquestionavelmente importantes ferramentas no contexto do ciberativismo. Santos e Barros sublinham que “o lugar de militância está mais amplo. As redes sociais se tornaram as ruas, os cartazes e panfletos informativos e críticos, hoje, são os posts” (2015, p. 2). Nesta perspectiva, Câmara afirma que “a apropriação das redes sociais no movimento feminista é mais que a simples divulgação do tema” (2016, p. 64). Segundo Tomazetti, essas redes possuem “‘nós’ feministas com segmentos múltiplos: de organização ativista; de reflexão; de conteúdo irônico; provocativo; de prática institucional; de movimentos mundiais; e assim a lista de nuances continua” (2015, p. 8). O ativismo digital possibilita a horizontalidade da comunicação, a difusão de conteúdos e, o mais importante, a sua produção (Cardoso & Castells, 2006). Além disso, permite participação mais ativa em processos de deliberação (Esteves, 2007; Papacharissi, 2002) e contribui para a revitalização da comunicação política (Coleman & Blumler, 2009).

Neste sentido, propomos neste artigo um estudo de caso comparativo de duas páginas lusófonas (Brasil e Portugal) de ativismo feminista no Facebook, levando em consideração o contexto de cada país. No caso português, os direitos das mulheres e da comunidade LGBT têm vindo a ser sedimentados pela legislação e gradualmente aceites pela sociedade. O país legalizou a interrupção voluntária da gravidez e a união civil e adoção por casais homossexuais. Em 2018, o governo aprovou a Estratégia Nacional para a Igualdade e a Não Discriminação que, entre outras frentes, busca promover “o combate à segregação ocupacional, a promoção da igualdade salarial e da conciliação da vida profissional, familiar e pessoal”¹. Este é o sexto plano nacional orientado à igualdade de género, cidadania e não discriminação, sendo que o primeiro data de 1997. Apesar de estar no fundo da tabela de igualdade de género da Europa (21ª posição na UE a 28), o Instituto Europeu para a Igualdade

de Género aponta avanços, embora afirme que no âmbito do trabalho as mudanças são muito lentas. Os homens portugueses ganham em média 16,7% a mais do que as mulheres². No Brasil, ainda se luta por avanços numa legislação conservadora em temáticas como a interrupção voluntária da gravidez e a união civil de homossexuais, sendo a violência de género e a desigualdade social (que afeta substancialmente as mulheres) preocupações centrais. Segundo a ONU, o país tem a quinta maior taxa de feminicídio do mundo e é o 10º mais desigual, sendo a renda per capita da mulher 66,2% inferior à dos homens. Segundo o índice de Desigualdade de Género da ONU, em 2017, Portugal ocupa a 33ª posição e o Brasil ocupa a 90ª dentre 144 países³.

2 Dados disponíveis no site do European Institute for Gender Equality em: <http://eige.europa.eu/gender-equality-index> e no documento *Igualdade de Género em Portugal: indicadores-chave 2017*, publicado pela Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género em: https://www.cig.gov.pt/wp-content/uploads/2017/07/AF_CIG_Fact-Sheet.pdf.

3 Dados disponíveis no *Global Gender Gap Report 2017*: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2017/dataexplorer/#economy=PRT>.

1 Informações da Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego de Portugal, disponíveis em: <http://cite.gov.pt/pt/destaques/noticia744.html>.

Por meio de um estudo exploratório, o objetivo é analisar os conteúdos das duas páginas feministas no Facebook com maior número de seguidores no Brasil e em Portugal. São, então, objeto de análise a página brasileira *Não me Kahlo* e a portuguesa *Capazes*, cujos dados foram recolhidos em março de 2016⁴. As duas constituem exemplos significativos das novas tendências nas formas de ação coletiva e sociabilidade em rede. Neste sentido, é relevante enquadrar o feminismo enquanto movimento social e de ativismo digital.

Movimentos sociais, feminismo e ciberativismo

O ciberespaço permite a construção social partilhada de representações de indivíduos e grupos em redes por meio da criação de novos espaços para informação e debate (Dahlberg, 2001). Os *media* sociais são ferramentas que

permitem organizar movimentos e disseminar informações, o que pode ser um instrumento facilitador de mudança porque potencia canais de comunicação para promover a ação coletiva. A sua capacidade de suportar redes sociais assimétricas de conteúdos permite fortalecer laços fortes mas, sobretudo, maximizar e expandir laços fracos que sustentam e mobilizam a ação coletiva. Estas redes são assimétricas porquanto não necessitam de reciprocidade de outros utilizadores já que o laço relacional é o conteúdo, o que transforma estas “estruturas em mapas de mediações e interações sociais através da apropriação da técnica” (Amaral, 2016, p. 192). Os laços fracos permitem a expansão destas redes. Granovetter (1973) desenvolveu a teoria dos laços fracos e laços fortes para analisar o conceito de influência nas redes sociais. Os laços fortes estão associados a comunidades mais fechadas, enquanto que os laços fracos “tendem preferencialmente a abrir-se para o exterior” (Lemieux & Ouimet, 2004, p. 53). A argumentação de Granovetter centra-se na ideia de que “os atores que partilham ligações fortes habitualmente fazem parte de

um mesmo círculo social, enquanto que os atores com laços mais fracos são de extrema importância na medida em que estabelecem a ligação entre diferentes grupos sociais” (Amaral, 2016, p. 119).

Pereira defende que as “tecnologias não apenas se tornaram instrumentos de fundamental importância para a organização e articulação de tais coletivos sociais, como também proporcionaram a formação de novos movimentos sociais e novas formas de ativismo” (2011, pp. 248-249). Na perspetiva do autor, estes movimentos passam a caracterizar-se com base numa atuação cada vez mais em forma de rede, pela formação de amplas coalizões e pelo enlaçamento ou agregação de grupos identitários, frequentemente segundo a geografia das comunidades culturais, linguísticas ou a identificação e compartilhamento de certos valores. A evolução da técnica permitiu novas formas de atuar coletivamente (Batista, 2012). A migração do ativismo para o digital surge desta oportunidade de ampliar o conceito de pertença a causas e grupos (Rigitano, 2003; Batista & Zago, 2010), potenciando as denominadas “ações

⁴ Em março de 2016, a página brasileira *Não me Kahlo* tinha 534 mil seguidores, enquanto a portuguesa *Capazes* tinha 145 mil. Em janeiro de 2018, o perfil brasileiro contava com 1 milhão e 227 mil seguidores e o português com 165 mil, continuando a ser os mais populares em cada país.

individualizadas em rede” (Micheletti, 2003) que contribuem para uma dimensão coletiva sem necessidade de organização (Bennet & Segerberg, 2012). A migração do ativismo para o digital surge desta oportunidade (Rigitano, 2003; Batista & Zago, 2010). Como refere Câmara, um “exemplo claro de uso da internet como espaço social é o ativismo online, o ciberativismo” (2016, p. 67).

Os movimentos sociais estiveram sempre muito ancorados à perspectiva de classe social e a uma identidade coletiva através da qual se desenham processos de negociação (Melucci, 1995). A contemporaneidade e a tecnologia implicaram novas definições para o conceito de “movimento social”, desde sempre muito ligado à perspectiva política. Dentro da lógica da ação contenciosa, Cammaerts propõe a “estrutura de oportunidade de mediação” definindo-a como “semi-independente da estrutura de oportunidade política e composta pela estrutura de oportunidades de media, a estrutura de oportunidade discursiva e a estrutura de oportunidades em rede” (2012, p. 119). A este respeito observa Bakardjieva que “a

transformação em curso nas tecnologias e práticas de comunicação afetou, sem dúvida, profundamente as estruturas de oportunidades de mediação enfrentadas pelos movimentos sociais contemporâneos como atores” (2015, p. 984). Os denominados “novos movimentos sociais” são abrangentes e enquadram os movimentos pacifistas, ambientalistas, pelos direitos civis e das mulheres, entre outros (Pereira, 2011). Numa lógica distinta dos movimentos sindicalizados ou de base rural, os “novos movimentos” são urbanos e plasmam a reconfiguração das sociedades. Emergem, na contemporaneidade, novos conceitos de cidadania (Gohn, 2014). É neste contexto que o movimento feminista, sendo sempre “ eminentemente reivindicativo” (Ferreira, 2005, p. 76), assume uma maior dimensão.

O movimento feminista tornou públicas questões antes consideradas privadas, como a violência doméstica ou a divisão sexual do trabalho, transformando as chamadas micro práticas quotidianas em questões políticas e consequentemente reconstruindo a esfera pública (Haje, 2003, p. 94). Neste sentido, Santos e Barros (2015)

afirmam que a luta das mulheres por empoderamento provocou mudanças na sociedade desde a conquista ao voto pelas sufragistas até a luta pela liberdade dos corpos.

Assim, o surgimento do movimento é marcado pela luta pelos direitos cívicos sociais, na chamada primeira vaga feminista. A emancipação feminina marca a segunda vaga do feminismo, num momento em que a luta das mulheres estabelece a politização dos espaços quotidianos de opressão e fomenta a vinculação de políticas de identidade e reconhecimento (Tomazetti, 2015). A terceira vaga traz luz a novos conceitos que promovem a discussão sobre diversidade e minorias, com base na ideia de que género, raça e classe são social e historicamente constituídos. Feminismo e pós-modernismo, diferença, diferença sexual, contra-feminismo, contra-dicção, ciberfeminismo, corpo, imagem são ideias que marcam a forma como atualmente o feminismo é definido (Macedo, 2006, p. 813).

Neste contexto, o ativismo feminista assume a utilização das ferramentas digitais interativas por indivíduos ou grupos socialmente motivados para

promover mudanças ou causas, evidenciando sentimentos de pertença e partilha, no chamado ciberfeminismo (Macedo, 2006). Nesta era digital, os estudos feministas têm-se debruçado sobre a análise do ativismo digital e conectividade (Haraway, 1991; Stone, 1996), percebendo as redes sociais *online* como ferramentas fundamentais para promover a causa. Segundo Buriago *et al.* (2016), com o crescimento do ciberativismo, ou seja, o ativismo nas redes cibernéticas, o movimento feminista pode encontrar um novo espaço para as suas ações, potencializando as suas reivindicações. O ciberfeminismo tem início com a massificação da Internet, nos anos 90 do século passado. O site “Feminist.com” foi criado em 1994, quando apenas 15% dos utilizadores da Internet eram mulheres (Brandt & Kizer, 2015). Progressivamente, através da apropriação da tecnologia, o ciberfeminismo foi-se materializando em diferentes suportes digitais e refere-se a “atividades online e digitais que explicitamente apoiam questões de conscientização de género e/ou um envolvimento ativo com a política feminista” (Brandt & Kizer, 2015, pp. 118-119).

Daniels defende que “o ciberfeminismo não é uma teoria única nem um movimento feminista com uma agenda política claramente articulada. Em vez disso, o “ciberfeminismo’ refere-se a uma série de teorias, debates e práticas sobre a relação entre género e cultura digital” (2009, p. 102). Boix e Miguel (2013) recuperam os conceitos de “ciberfeminismo radical” – o ativismo político radical de Sadie Plant e do coletivo artístico australiano VNS Matrix, que se baseavam numa lógica sexualizada do corpo como forma de protesto provocativo nos seus trabalhos artísticos – e “ciberfeminismo conservador” – considerado mais moderado, estava ancorado a listas de correio eletrónico só para mulheres para discutir questões feministas – de Galloway (1997), acrescentando a noção de “ciberfeminismo social”. Sendo esta última, uma tendência do ativismo feminista em rede que está diretamente relacionada com “a conexão aos movimentos antiglobalização neoliberal e aos grupos de ativistas em defesa dos direitos humanos, estabelecendo pontes entre estes movimentos e o feminismo e proclamando o uso estratégico de novas tecnologias

e do espaço virtual na transformação social” (Boix & Miguel, 2013, p. 57).

Como defendem Dieminger e Oliveira, “ativistas feministas ampliam sua rede de amigos com facilidade e de maneira exponencial no Facebook, rearticulando laços e provocando novas conexões em uma proporção muito maior do que na esfera off-line” (2015, p. 12). As autoras sublinham que a visibilidade de causas e da própria ideologia feminista é exponencialmente maior. A este propósito, Castells considera que na Internet “o feminismo constrói não uma, mas muitas identidades, e cada uma delas, em suas existências autónomas, apodera-se de micropoderes na teia universal tecida pelas experiências adquiridas no decorrer da vida” (2010, p. 238). A ligação entre os *media* sociais e o ciberfeminismo é evidente. Brandt e Kizer explicam que

O ativismo tornou-se mais acessível do que nunca, pois a Internet criou um espaço para a justiça social permear a cultura popular. Como uma ferramenta para o ativismo, a Internet não só traz as preocupações das feministas

para a atenção do público, mas também encoraja e apoia o discurso mediado sobre questões que exploram as intersecções de género, raça, classe e sexualidade (2015, p. 119).

Piñero-Otero e Martínez-Rolán sublinham que os movimentos ciberfeministas “caracterizam-se pela ausência de estruturas organizacionais em favor de uma rede distribuída, que é uma ruptura com o ativismo convencional” (2016, pp. 18-19). A indicação de ausência de estrutura organizativa refere-se à ideia de que a ligação à causa não está restrita a uma participação coordenada dos indivíduos (Bennet & Segerberg, 2012). Os *media* sociais e as redes sociais *online*, como o Facebook, apresentam-se como espaços para o desenvolvimento do ciberativismo, em escala nacional e internacional (Piñero-Otero & Martínez-Rolán, 2016).

Objetos de estudo e percurso metodológico

A página brasileira *Não me Kahlo* foi criada em 2015 e tem origem no

coletivo feminista com o mesmo nome, fundado em 2013 e formado por cinco jovens ativistas com diversas formações académicas: Bruna de Leão Rangel e Paola Barioni (advogadas), Thaysa Malaquias (arquiteta), Gabriela Moura (relações públicas) e Bruna de Lara (jornalista). No Facebook, o coletivo define-se como “um espaço de estudo e debate sobre o feminismo em suas diversas vertentes, respeitando a pluralidade social, a individualidade e valorizando o trabalho em conjunto para a construção de uma sociedade igualitária, dando atenção às demandas e pautas feministas”.

A *Capazes* é uma associação feminista portuguesa fundada pelas jornalistas e apresentadoras de televisão Iva Domingues e Rita Ferro Rodrigues, em dezembro de 2014, quando também criaram a página no Facebook. Primeiramente recebeu o nome de ‘Maria Capaz’ e em novembro de 2015 mudou para a designação atual. A *Capazes* identifica como objetivo “promover a informação e sensibilização para a igualdade de género, defesa do direito das mulheres e empoderamento das mesmas”.

A escolha destes objetos de análise justifica-se pelo facto de serem as páginas feministas com maior número de seguidores no Brasil e em Portugal em 2016, durante o período da coleta dos dados, na rede social mais popular mundialmente, o Facebook. Além disso, a comparação entre os dois países possibilita uma melhor compreensão das especificidades dos sistemas, culturas e padrões de pensar e agir (Esser & Vliegenthart, 2016, p. 4). Comparar o ativismo feminista *online* nesses dois países é também importante para combater a generalização do movimento – a ‘over-generalization’ (Esser & Vliegenthart, 2016) e observar a diversidade de causas e sujeitos, tão valorizada pelas teorias feministas de terceira vaga.

A opção metodológica foi a de análise de conteúdo quali-quantitativa dos *posts* publicados pelas páginas *Não me Kahlo* e *Capazes* durante o mês de março de 2016. O estudo exploratório desenvolvido visa responder às seguintes questões: quais as temáticas abordadas nas páginas dos dois países? Que feminismos são contemplados nos conteúdos disponíveis? A diversidade proposta pela terceira vaga feminista

tem espaço nos discursos apresentados? Em realidades sociais diferentes, Brasil e Portugal, que semelhanças e diferenças podemos encontrar nestas páginas?

Neste sentido, para a análise das duas páginas no Facebook foram recolhidos e contabilizados todos os *posts* de cada uma durante o mês de março de 2016. Este foi escolhido por ser o mês em que se celebra o Dia Internacional da Mulher, 8 de março, “uma das efemérides mais marcantes para as organizações e ativistas que lutam pela igualdade de género” (Cerqueira & Cabecinhas, 2015, p. 38). Utilizámos a ferramenta *Netvizz*, disponibilizada pelo próprio Facebook, como um método digital que possibilita o mapeamento de conteúdo (Magalhães & Marôpo, 2016), permitindo criar uma lista com todas as postagens (e os respectivos *links* para as acessar).

Num primeiro momento do trabalho empírico, foi analisado o conjunto de postagens de cada página para identificar os assuntos abordados. Essa análise permitiu classificar os *posts* de acordo com a temática central em dez categorias. Categorias estas que foram criadas com base na

incidência de temas iguais tratados pelas páginas. Quando uma mesma temática apareceu três vezes ou mais em pelo menos um dos dois perfis, estas passaram a ser consideradas categorias. Assim contamos com as seguintes categorias de análise: violência contra a mulher, igualdade profissional, estereótipos de género, racismo, questões de classe, questões LGBT, vivências, outras causas sociais, reflexão sobre o feminismo e outros (para assuntos que apareceram menos de três vezes durante a análise).

Após a classificação dos temas abordados em categorias, realizámos uma análise de conteúdo de cunho qualitativo para verificar de que forma as páginas enquadram os temas, percebendo as diferenças editoriais dos perfis e dos contextos dos dois países. As postagens do dia 8 de março (Dia Internacional da Mulher) foram analisadas de maneira mais apurada, por ser uma data central para o movimento feminista, recebendo normalmente atenção significativa.

Não me Kahlo e Capazes no Facebook

Na página brasileira *Não me Kahlo* encontramos um total de 106 postagens no período analisado. A maior parte destas foi produzida pelo próprio coletivo, mas também são partilhados conteúdos de meios de comunicação tradicionais ou alternativos (estes últimos com menos frequência) ou de outras páginas no Facebook. Predominam ilustrações e vídeos curtos de campanhas ligadas ao feminismo e também notícias sobre assuntos ligados à temática.

Com 171 postagens, a página portuguesa *Capazes* tem quase a totalidade dos conteúdos provenientes do seu *site* oficial (*capazes.pt*). São textos de colaboradoras ligadas à Associação (cerca de 150 mulheres são identificadas como cronistas da página, com foto e um breve perfil), mas há também colaboradoras externas que atendem ao apelo por contributos no *site*. Predominam os relatos pessoais de experiências positivas ou negativas sobre a condição feminina, num tom confessional e literário (classificados na categoria *vivências*). A página, ao contrário da sua congénere brasileira,

Quadro 1

| Temáticas | Postagens <i>Não me Kahlo</i> : 106 | Postagens <i>Capazes</i> : 171 |
|----------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|
| Violência contra a mulher | 35 | 29 |
| Igualdade profissional | 6 | 17 |
| Estereótipos de gênero | 12 | 18 |
| Racismo | 8 | 1 |
| Questões de classe | 4 | 1 |
| Questões LGBT | 3 | 6 |
| Vivências | 0 | 27 |
| Outras causas sociais | 21 | 10 |
| Reflexão sobre o feminismo | 6 | 40 |
| Outros | 11 | 22 |

Fonte: elaboração própria.

inclui publicidade. No mês em análise, encontramos publicidade da marca de manteiga Matinal e do produto de higiene íntima Saforelle.

Quanto às temáticas abordadas, verificamos que existe uma forte incidência da ‘violência contra a mulher’ nas duas páginas, mas as diferenças entre os dois perfis são bastante significativas como é visível no quadro 1.

Na página *Não me Kahlo*, a temática ‘violência contra a mulher’ é a mais frequente, com um total de 35 *posts*. Dividimos essa categoria em subcategorias, para uma melhor visualização dos tipos de violência tratados. Foram encontrados *posts* sobre feminicídio íntimo (8), feminicídio não íntimo (2), violência doméstica (2), assédio sexual (7), violação (4) e outras violências (5) (como a violência psicológica, por exemplo). Foram contabilizados ainda um total de sete *posts* que abordam mais de um destes tipos de violência.

Estas postagens são em grande parte notícias publicadas pelos *media* tradicionais sobre assassinatos de mulheres, maioritariamente pelos seus parceiros. A comunicação social serve também como fonte de informação para a produção de conteúdos pelo Coletivo.

O vídeo ‘Feminismo não é mimimi’, por exemplo, contrapõe comentários desmerecendo a causa feminista com notícias de diversos jornais brasileiros sobre a violência contra a mulher.

As publicações sobre violência contra a mulher incluem também casos de assédio e questões internacionais, como a mutilação genital em países da África. A página brasileira partilha ainda denúncias divulgadas nas redes sociais de mulheres vítimas de violência. Além disso, o coletivo cria ou partilha campanhas *online* sobre o tema. Por exemplo, #meuamigosecreto - que conseguiu repercussão nas redes sociais no final de 2015, fazendo um paralelo com a tradicional brincadeira de amigo oculto para expor atitudes machistas que passam despercebidas - ou o *print screen* de uma ilustração, publicado originalmente pelo perfil do Twitter “Mua ha ha” (@Lesbicapeta), criticando a culpabilização de vítimas de estupro.

A grande incidência de postagens sobre o feminicídio íntimo reflete em parte a visibilidade dada ao assassinato, em 10 de março, da estudante Louise Ribeiro (20 anos), na Universidade de Brasília, por Vinícius

Neres (19 anos), um colega de curso com quem se recusou a ter um relacionamento. O crime teve grande repercussão nos principais meios de comunicação brasileiros.

A segunda maior categoria, ‘outras causas sociais’, com 21 publicações, é em grande parte dedicada a divulgar conteúdos produzidos pelo Movimento Down no âmbito da Campanha pelo Dia Mundial da Síndrome de *Down*, 21 de março. Nesta categoria, encontramos também *posts* que abordam diferentes aspetos da crise política no Brasil, marcada nesta época por uma forte polarização do discurso entre apoiantes do *impeachment* de Dilma Rousseff e os que denunciavam o *golpe* contra a presidente. Sem referir diretamente uma posição em relação ao conflito, os conteúdos originais ou partilhados criticam claramente pontos de vista conotados com partidários do *impeachment*.

Na categoria ‘estereótipos de gênero’ (12 *posts*), predominam críticas sobre as exigências sociais em relação à aparência das mulheres e a pressão que sofrem por um ‘corpo perfeito’ e pelo ‘peso ideal’. Na categoria ‘outros’, estão inseridas 11 postagens

partilhadas de outras páginas feministas no Facebook, agradecimentos pelo crescimento do número de seguidores da página e divulgação do livro “#MeuAmigoSecreto: feminismo além das redes” (Edições de Janeiro) de autoria do coletivo feminista.

O ‘racismo’ é tema de oito *posts*, a maioria com denúncias de situações de discriminação no Brasil que afetam homens e mulheres. Sobre ‘igualdade profissional’ encontramos seis *posts* partilhados de outras fontes (jornais ou *sites* noticiosos) que revelam conquistas profissionais de mulheres, denunciam discriminação ou desigualdade salarial entre homens e mulheres ou revelam a luta feminina por reconhecimento profissional. A categoria ‘reflexões sobre o feminismo’ também incide sobre seis publicações, que incluem divulgações de eventos feministas e entrevistas com ativistas. Quatro *posts* discutem ‘questões de classe’, referindo a estigmatização de empregadas domésticas no país, as dificuldades de mobilidade social e conflitos entre classes sociais.

Na temática ‘questões LGBT’, três *posts* noticiam conquistas: o reconhecimento pela 1ª Vara da Família

e Sucessões do Foro Regional de Pinheiros (São Paulo) da dupla maternidade de duas crianças que foram geradas por fertilização artificial; a recusa do cantor Adam Lambert de interpretar um travesti no *remake* do filme ‘Rocky Horror Picture Show’, por acreditar que atrizes travestis e transexuais também devam ter espaço e a mobilização da atriz canadiana Ellen Page, que visitou o Brasil no âmbito do seu ativismo em favor da comunidade LGBT. Não há *postagens* na página brasileira classificadas na categoria ‘vivências’.

Sobre a página portuguesa *Capazes*, a categoria ‘reflexões sobre o feminismo’ foi a que obteve o maior número de *postagens*: 40. Estas incluem abordagens sobre o feminismo enquanto causa social e são feitas através da divulgação de eventos feministas, de entrevistas com foco no feminismo (com a fadista Ana Moura, por exemplo) e do Projeto Capazes nas Escolas (uma ação para divulgar os direitos das mulheres entre os estudantes e promover a igualdade de género).

A ‘violência contra a mulher’ é a segunda maior categoria na página

portuguesa, com um total de 29 *postagens*. Como subcategorias, há maior incidência da ‘violência doméstica’ (8) e da ‘violência psicológica’ (15), principalmente relatos pessoais de vítimas portuguesas e denúncias de casos internacionais, além de um vídeo produzido pela *Capazes* com o antropólogo feminista Miguel Vale de Almeida, que analisa o fenómeno da violência doméstica em Portugal. O ‘femicídio não íntimo’ está presente na carta aberta ‘Ontem mataram-me’, escrita pela estudante Guadalupe Acosta sobre o assassinato de duas turistas argentinas, Marina Menegazzo (21 anos) e María José Coni (22 anos), no Equador, em fevereiro de 2016. Com significativa repercussão mundial, a carta também foi divulgada pela *Não me Kahlo*.

Uma das grandes diferenças entre as duas páginas verifica-se na categoria ‘vivências’, ausente na página brasileira, mas com 27 *postagens* na página portuguesa. Essa categoria foi criada para integrar o grande número de publicações da *Capazes* com relatos individuais de mulheres sobre temas diversos como amizade, solidão, auto cobrança e autoconhecimento.

A categoria ‘outros’ tem 22 postagens e inclui, entre outros temas, publicidades de produtos comerciais, como é o caso da propaganda da manteiga ‘Matinal’, que aparece três vezes no mês analisado. Na categoria ‘estereótipos de género’, encontramos 18 postagens, na sua totalidade crónicas que discutem a imposição de papéis sociais às mulheres no âmbito da maternidade, das tarefas domésticas, entre outros.

Também com grande incidência, a categoria ‘igualdade profissional’ inclui 17 postagens que denunciam situações de desigualdade no mercado de trabalho ou destacam conquistas femininas neste âmbito.

Na temática ‘outras causas sociais’, com dez *posts*, foram divulgadas por exemplo campanhas a favor da eutanásia, contra o abuso sexual de crianças, prevenção de diabetes e uma mensagem de solidariedade pelos atos terroristas em Bruxelas que mataram 35 pessoas e feriram mais de 300 pessoas no dia 22 de março de 2016.

Seis *posts* abordam ‘questões LGBT’, com grande destaque para a adoção de crianças por casais

homossexuais. O tema tinha grande visibilidade pública na época devido à entrada em vigor em 1 de março de 2016 da lei n.º 2/2016 que permitiu a casais do mesmo sexo adotarem, após um percurso de avanços e recuos, que incluiu um veto presidencial à lei aprovada no parlamento.

A categoria ‘racismo’ tem um único post na *Capazes*, que aborda a polémica em torno do poema ‘Abecedário sem juízo’, de Luísa Ducla Soares, onde consta o verso ‘H é a Helena, é preta, diz que é morena’. A crónica ‘Afinal qual é o plano?’, de Ana Vicente, critica a inclusão do referido poema no manual de português do 2º ano, ‘O Mundo da Carochinha’. Encontramos também um único *post* na categoria ‘questões de classe’: a crónica ‘A empregada do Lopes’, de Patrícia Motta Veiga, conta a história de uma mulher obrigada a trabalhar como empregada doméstica aos 14 anos, vítima de exploração e assédio sexual do patrão.

O Dia da Mulher

O Dia Internacional da Mulher é comemorado em 8 de março e a efeméride tem sido utilizada nas últimas

décadas para estimular o debate social sobre a causa feminista. Nesta perspetiva, considerámos importante analisar especificamente como as duas páginas agendam e enquadram a efeméride. Discutimos aqui as postagens neste dia, mas devemos referir que as publicações com referência à data começaram antes.

A página *Capazes* veiculou um total de 23 *posts* a 8 de março, fruto de reflexões sobre a data e da cobertura do evento ‘Shots Feministas’, organizado pela Associação em parceria com o Village Underground Lisboa⁵. O encontro realizado no Museu da Carris, na capital portuguesa, reuniu especialistas para debater numa perspetiva feminista temas que incluíam, entre outros, igualdade de género, parentalidade, a violência contra a mulher, os direitos da comunidade LGBT e a relação entre o feminismo e áreas como a política ou os *media*.

O objetivo, explica a página, é ‘pensar o Dia da Mulher de forma diferente’. Este ‘diferente’ parece ser a promoção de um tom de reflexão em

⁵ Espaço de *cowork*, incubadora de indústrias criativas e espaço de eventos multiculturais sediado no Museu da Carris, em Lisboa.

detrimento da comemoração, como demonstram várias das publicações. A crónica ‘Queremos o mundo’ (por Rita Ferro Rodrigues, fundadora da Associação) afirma que as mulheres não querem flores ou bombons pela data, mas igualdade de direitos e de oportunidades. Outra crónica, ‘Um dia da mulher assinalado no feminino’ (por Lúcia Gonçalves), defende que a maior luta que deve ser travada é com as próprias mulheres. Já “15 formas de educar uma feminista” (por Mikaela Óven) defende que uma parentalidade consciente é obrigatoriamente feminista e afirma: “só quando as palavras ‘feminista’ e ‘feminismo’ não causarem polémica nenhuma é que o nosso trabalho estará feito”.

Além de fotos, depoimentos e breves informações sobre os debates nos ‘Shots Feministas’, as postagens da *Capazes* no dia 8 incluem também dois *gifs* defendendo a igualdade de género nas profissões. O primeiro deles, intitulado ‘Lugar de mulher é onde ela quiser’, mostra mulheres realizando atividades profissionais frequentemente conotadas como masculinas. O segundo, com o mesmo título, mostra

mulheres que contribuíram de forma destacada para a evolução da ciência ao longo da História.

A página brasileira *Não me Khalo* fez apenas quatro postagens no Dia da Mulher. Duas delas abordam a temática de maior incidência na página: a violência contra a mulher. A primeira é uma ilustração que recomenda: “nesse dia das mulheres pegue essas flores e coloque no túmulo das mulheres que foram assassinadas por seus companheiros”, inspirada pela campanha #NãoQueroFlores, criada pelo coletivo feminista Lado M para marcar a efeméride em 2016 e que alcançou grande repercussão nas redes sociais no Brasil.

A segunda publicação é um vídeo produzido pelo próprio coletivo que denuncia diversos tipos de violência contra a mulher ao som de ‘Rosa’, composição de Pixinguinha e Otávio de Sousa (1917) que exalta a figura feminina e que se tornou um clássico da música brasileira. O texto que apresenta o vídeo critica com ironia homenagens romantizadas à mulher, por não contribuírem para combater a violência de que são alvo ou para mudar as suas condições de vida.

A terceira postagem é uma partilha da peça ‘Dia da Mulher: ativistas comentam *hashtags* sobre poder feminino’, veiculada originalmente no portal *globo.com* no mesmo dia 8 de março. Com depoimentos em vídeos e imagens, cinco jovens ativistas comentam o impacto das campanhas feministas na Internet, entre elas Gabriela Moura, membro do coletivo *Não me Khalo*.

Por fim, o coletivo aproveita o Dia da Mulher para divulgar o primeiro livro de sua autoria ‘#MeuAmigo-Secreto: feminismo além das redes’ (Edições de Janeiro), lançado em maio de 2016. Inspirado pela grande repercussão desta (de autoria do próprio coletivo, como referimos anteriormente) e de outras campanhas feministas nas redes sociais, o livro aborda temas como o feminismo negro, machismo no mundo *geek*, cultura do estupro, sexualidade feminina e vários outros.

Discussão e conclusão

O estudo exploratório que realizámos neste artigo comparou os conteúdos veiculados no Facebook de duas páginas feministas, *Não me*

Khalo (Brasil) e *Capazes* (Portugal), durante o mês de março de 2016. Os resultados permitem afirmar que os dois perfis partilham inúmeras semelhanças na sua agenda ativista no sentido da promoção de uma identidade coletiva, com destaque para duas grandes temáticas em comum: o combate à violência contra a mulher e aos estereótipos de género.

Neste sentido, são um exemplo de enlaçamento identitário, como identifica Pereira (2011). Além dos temas gerais partilhados, também encontramos conteúdos em comum que atestam a participação na promoção de uma opinião pública internacional. As duas páginas difundiram, por exemplo, a carta ‘Ontem mataram-me’, escrita pela estudante Guadalupe Acosta como denúncia ao assassinato de duas turistas argentinas, Marina Menegazzo (21 anos) e María José Coni (22 anos), no Equador, em fevereiro de 2016. Este feminicídio esteve na origem da ação transnacional ciberfeminista #ViajoSola (Piñeiro-Otero & Martínez-Rolán, 2016).

Por outro lado, este estudo comparativo permitiu perceber inúmeras nuances nas características de cada

página, em consonância com a ideia de Tomazetti (2015), discutida anteriormente, de que as redes possuem ‘nós’ feministas com segmentos múltiplos.

Uma primeira diferença que podemos apontar diz respeito à organização ativista por trás das duas páginas. *A Não me Kahlo* é composta por um coletivo de ativistas anónimas cuja popularidade foi conquistada nas plataformas *online*. Este reconhecimento começa a chegar à esfera mediática (que recorre às ativistas como fonte de informação sobre a causa feminista, o que pode favorecer a uma maior legitimação social) e para o mercado editorial (o lançamento de livros pode se constituir como fonte de rendimentos que possibilite uma profissionalização do seu ativismo). Numa perspetiva contrastante, o reconhecimento público das ativistas fundadoras da *Capazes*, que são celebridades portuguesas dos *media* tradicionais, parece funcionar como um capital social que impulsiona a significativa popularidade da página e atrai como colaboradoras inúmeras personalidades femininas formadoras de opinião. A gestão mais profissionalizada da associação inclui a adesão a anúncios publicitários no seu perfil

no Facebook, como uma fonte de financiamento do seu ativismo.

A diversidade proposta pela terceira vaga feminista - que assume as mulheres como um conjunto de identidades variadas, incluindo diferenças de classe, etnias, orientação sexual, entre outras, em oposição à ênfase nas experiências das mulheres brancas de classe média-alta que caracterizou a segunda vaga - aparece com pouca frequência como temática principal nos conteúdos veiculados nos dois perfis. No entanto, na página brasileira o debate sobre esta diversidade - nomeadamente o racismo e as desigualdades de classe - surge com maior regularidade, em grande parte como representação de uma mobilização social ampla em torno destes temas, num país caracterizado por fortes disparidade económicas e por preconceitos raciais. Encontramos somente uma referência a cada um dos dois temas na página de Portugal. Em contrapartida, as questões LGBT estão duas vezes mais presentes como temática principal no perfil da página portuguesa, refletindo a visibilidade pública da entrada em vigor da lei n.º 2/2016 que permitiu a casais do

mesmo sexo adotarem. Mas nenhum dos três temas (racismo, desigualdade de classe ou questões LGBT) foi alvo de campanhas expressivas nas duas páginas.

Uma outra nuance que podemos identificar na análise das temáticas diz respeito às diferenças de tom nas narrativas das duas páginas. Na página portuguesa, o próprio feminismo enquanto objeto de análise é a temática mais frequente, em *posters* sobre eventos de disseminação da causa, que frequentemente surgem numa perspectiva reflexiva sobre as conquistas e desafios do movimento. Além desta temática, as publicações com assinaturas individuais das autoras, geralmente crônicas produzidas originalmente para o *site* da associação, privilegiam tons intimista, reflexivo e/ou confessional. São narrativas de um feminismo em primeira pessoa, com grande incidência em questões relacionadas ao que Haje (2003) denomina como micro práticas quotidianas. Assim, foram identificados um número bastante expressivo de *posts* classificados na categoria ‘vivências’, que abordam os direitos das mulheres por meio do relato de experiências pessoais, com

posicionamentos político-partidários pouco explícitos, em proximidade ao que Boix e Miguel (2013), inspirados em Galloway (1997), chamaram de ciberfeminismo conservador.

No perfil brasileiro, diferentemente, predominam abordagens a que os autores chamaram ciberfeminismo social. Neste, o ativismo feminista está conectado à defesa dos direitos humanos em geral, por meio do uso estratégico do espaço virtual em prol da transformação social. Na *Não me Kahlo*, os discursos são fortemente politizados (como demonstram os inúmeros *posters* que se contrapunham ao *impeachment* da presidente Dilma Roussef) e prevalecem tons reativos, reivindicativos ou de denúncias (como demonstram campanhas que alcançaram significativa repercussão social como, por exemplo, “o feminismo não é mimimi”).

As postagens de 8 de março, Dia da Mulher, também refletem as diferenças entre as páginas. No Brasil, o tema de destaque é a violência contra a mulher, especificamente o feminicídio. Na página portuguesa, o próprio feminismo como causa é destacado numa perspectiva reflexiva, juntamente com

denúncias da desigualdade profissional entre homens e mulheres.

Além disso, os diferentes contextos dos dois países influenciaram fortemente as diferenças apontadas acima. Em Portugal, conquistas feministas – traduzidas na legislação – são assumidas como verdadeiras, mas elementares para uma luta continuada por igualdade. O Brasil tem uma legislação conservadora do ponto de vista feminista e a violência de gênero assume dimensões alarmantes, bem como a desigualdade social (que é fortemente marcada por questões étnicas e de gênero).

Enquanto estudo exploratório, esta investigação tem inúmeras limitações. A análise de uma página de cada país não dá conta da diversidade do movimento feminista no Brasil e em Portugal. Além disso, a observação restrita aos conteúdos não contempla a interação com os seguidores, fundamental na pesquisa sobre ciberativismo. Nesse sentido, apontamos para a necessidade de, em investigações futuras, mapearmos as páginas feministas com popularidade expressiva nos dois países e alargarmos o estudo para a participação da audiência.

REFERÊNCIAS

- Amaral, I. (2016). *Redes Sociais: Sociabilidades emergentes*. Covilhã: Editora LabCom.IFP.
- Bakardjieva, M. (2015). Do clouds have politics? Collective actors in social media land. *Information, Communication & Society*, 18(8), 983-990.
- Batista, J. (2012). Apropriações ativistas em sites de redes sociais: cartografia das ações. Dissertação de mestrado, *Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul*, Porto Alegre, Brasil.
- Batista, J. A. & Zago, G. (2010). Ativismo em Redes Sociais Digitais: Os fluxos de comunicação no caso #forasarney. *Estudos em Comunicação*, 8, 129-146. Retirado de: <http://www.ec.ubi.pt/ec/08/pdf/EC08-2010Dez-08.pdf>
- Bennett, W. L. & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.
- Boix, M. & Miguel, A. (2013). Os gêneros da rede: os ciberfeminismos. In G. Natanshon, *Internet em Código Feminino: Teorias e Práticas* (pp. 39-76). Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- Brandt, J. & Kizer, S. (2015). From Street to Tweet. In A. Trier-Bieniek (ed). *Feminist Theory and Pop Culture* (pp. 115-127). Rotterdam: SensePublishers.
- Burigo, B. et al. (2016). A Joanna sou eu, mas a casa é nossa: a emergência de um locus midiático colaborativo feminista. *Revista Café com Sociologia*, 5, 64-77. Retirado de: <http://revistacafecomsociologia.com/revista/index.php/revista/article/view/636/pdf>.
- Câmara, M. (2016). Feminist cyberactivism: an analysis of the fanpage 'Feminismo sem demagogia-Original'. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, Special Number 1 – QRMCNM, 62-78. Retirado de: <http://u3isjournal.isvouga.pt/index.php/ijmcmn/article/view/213/100>.
- Cammaerts, B. (2012). Protest logics and the mediation opportunity structure. *European Journal of Communication*, 27(2), 117-134.
- Castells, M. & Cardoso, G. (orgs.). (2006). *A Sociedade em Rede: do conhecimento à ação política*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- Castells, M. (2010). *O Poder da Identidade*. São Paulo: Paz e Terra.
- Cerqueira, C. & Cabecinhas, R. (2015). A cobertura jornalística do Dia Internacional das Mulheres na imprensa portuguesa: mudanças, persistências e reconfigurações. *Revista Novos Olhares*, 4(1), 37-51. Retirado de: <http://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/102209/102422>.
- Coleman, S. & Blumler, J. G. (2009). *The Internet and democratic citizenship. Theory, practice and policy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dahlberg, L. (2001). Computer-mediated communication and the public sphere: a critical analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(1).
- Daniels, J. (2009). Rethinking cyberfeminism(s): Race, gender, and embodiment. *WSQ: Women's Studies Quarterly*, 37(1), 101-124.
- Dieminger, C. C. & de Oliveira, R. S. (2015). Protagonismo ascendente: o ativismo online nas lutas feministas. *Derecho y Cambio Social*, XII,

- 1-18. Retirado de: http://www.derechoycambiosocial.com/revista039/PROTAGONISMO_ASCENDENTE_LUTAS_FEMISTAS.pdf.
- Esser, F. & Vliegthart, R. (2016). Comparative Research Methods. In J. Matthes, R. Potter & C. S. Davis (eds.) *International Encyclopedia of Communication Research Methods*. London: Wiley-Blackwell.
- Esteves, J. P. (2007). Os novos media na perspectiva da democracia deliberativa: sobre redes e tecnologias de informação e comunicação. In E. B. Pires (org.) *Espaços públicos, poder e comunicação* (209-224). Porto: Edições Afrontamento.
- Ferreira, M. L. (2005). Feminismo/Feminismos. In A. G. Macedo & A. L. Amaral (ed.) *Dicionário da Crítica Feminista* (pp. 76-78). Porto: Edições Afrontamento.
- Galloway, A. (1997). Un informe sobre ciberfeminismo: Sadie Plant y VNS Matrix análisis comparativo. Disponível em: <http://www.estudiosonline.net/texts/galloway.html>
- Gohn, M. (2014). *Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo*. Rio de Janeiro: Editora Vozes.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Haje, L. (2003). Esferas públicas feministas na Internet. *Logos*, 10(2), 88-105. Retirado de: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/16505/12342>.
- Haraway, D. (1991). *Simians, cyborgs, and women: the reinvention of nature*. Nova Iorque: Routledge.
- Lemieux, V., & Ouimet, M. (2004). *Análise Estrutural das Redes Sociais*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Macedo, A. G. (2006). Pós-feminismo. *Revista Estudos Feministas*, 14(3), 813-817. Retirado de: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-026X2006000300013>.
- Magalhães, M. & Marôpo, L. (2016). Investigação em comunicação digital: uma reflexão sobre métodos para a análise de redes sociais. *Revista Comunicando*, 5(1), 86-103. Retirado de: <http://www.revistacomunicando.sopcom.pt/ficheiros/20160706-artigo5.pdf>.
- Melucci, A. (1995). The process of collective identity. In H. Johnston & B. Klandermans (eds.) *Social movements and culture* (pp. 41-63). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Micheletti, M. (2003). Shopping with and for Virtues. In M. Micheletti (ed.) *Political virtue and shopping* (pp. 149-168). Palgrave Macmillan US.
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: the internet as a public sphere. *New Media Society*, 4(1), 9-27.
- Pereira, M. (2011). Internet e mobilização política: os movimentos sociais na era digital. Atas do IV Encontro da Compolítica, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Retirado de: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/Marcus-Abilio.pdf>.
- Piñero-Otero, T. & Martínez-Rolán, X. (2016). Los memes en el activismo feminista en la Red: # ViajoSola como ejemplo de movilización transnacional. *Cuadernos. info*, 39, 17-37. Retirado de: <http://cuadernos.info/index.php/CDI/article/view/cdi.39.1040/pdf>.
- Rigitano, M. (2003). Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente. *Biblioteca On-line de Ciências da*

Comunicação. Retirado de: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf>.

Santos, N. & Barros, J. (2015). O movimento feminista no Facebook: uma análise das páginas Moça, você é machista e Feminismo sem demagogia - Original. Atas do Simpósio Internacional de Tecnologias e Narrativas Digitais, Universidade Federal do Maranhão. Retirado de: <http://www.labcomdata.com.br/wp-content/uploads/2015/12/SantosN-deOBarrosJFPaper.pdf>.

Stone, L. (1996). Feminist political theory: Contributions to a conception of citizenship. *Theory & Research in Social Education*, 24(1), 36-53. Retirado de: <http://www.tandfonline.com/doi/ref/10.1080/00933104.1996.10505768?scroll=top>.

Tomazetti, T. P. (2015). O feminismo na era digital e a (re)configuração de um contexto comunicativo para políticas de gênero. *Razón y Palabra*, 90, 1-17. Retirado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N90/Varia/16_Tomazetti_V90.pdf.

Dayane Nascimento
Sobreira

UFBA

dayanesobreira26@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5351-692X

Das muitas margaridas: A construção de um feminismo rural no estado da Paraíba, Brasil

*From the many daisies: developing a rural feminism
in the state of Paraíba, Brazil*

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_3

Resumo

Esse artigo resulta de pesquisas sobre a história do movimento feminista na Paraíba e militância no movimento de mulheres do mesmo estado. Partimos da premissa de que as mulheres têm feito uma verdadeira revolução nos campos, nos núcleos familiares e na própria organização do feminismo enquanto movimento. A metodologia utilizada foi do tipo qualitativa com contributos bibliográficos e de campo e as categorias empíricas foram elencadas a partir de duas fontes: entrevistas e observações *in loco*. A sistematização das entrevistas está pautada no método da história oral, enquanto técnica e aporte da Nova História Cultural, com análise descritiva dos dados. Discutimos como se constitui o movimento recente de mulheres do Polo da Borborema, afirmando que existe um feminismo rural no estado que tem raízes históricas em movimentos sociais de base e no sindicalismo camponês, latentes nas últimas décadas do século XX.

Palavras-chave: história do movimento feminista; Brasil; feminismo na Paraíba; mulheres; agroecologia.

Abstract

This article is based on research on the history of the feminist movement in the state of Paraíba and the militancy that occurred during it. The article starts off stating that women have truly revolutionized work in the fields, our understanding of family and the organization of feminism as a movement. Qualitative research was done to gather material for this article, along with conducting interviews and on-site observations. The interviews were conducted using the oral history methodology and the material was later carefully analyzed, with input from the New Cultural History. The article discusses how the recent Polo da Borborema women's movement is related to the existence of rural feminism in the state and its history of social movements and peasant syndicalism, latent during the last decades of the 20th century.

Keywords: history of the feminist movement; Brazil; feminism in Paraíba; women; agroecology.

Introdução

Falar de movimento feminista é remeter a traços históricos longínquos que nos levam aos caminhos das sufragistas, das feministas históricas da segunda onda, à institucionalização do movimento em ONGs e ao *ciberativismo* atual. Como movimento, sempre esteve ligado à pauta da transformação social. No Brasil, segundo coloca Ávila (2001), esteve envolto ao processo de redemocratização. Este que “alia a busca da utopia a uma ação voltada para o presente” (Ávila, 2001, p. 51).

Esse feminismo, que é marcado por fases ou ondas, consolidou-se no Brasil principalmente após as décadas de 70 e 80 do século XX. Foi a chamada segunda onda, que apresentou reivindicações para além das relativas aos direitos políticos, econômicos e educacionais (Pedro, 2013) exigidas pelas feministas anteriores. Disso, contudo, o Brasil guardou especificidades provenientes do momento histórico e da conjuntura de ditadura instaurada. A resistência instituída foi também feminina.

A resistência de esquerda à ditadura civil-militar brasileira contou

com a participação de mulheres, que participaram de grupos revolucionários, que foram à luta armada e perceberam um machismo arraigado socialmente e também nessas diferentes instâncias de combate à repressão. Vindas de um contexto de fértil visibilidade no mercado de trabalho e no próprio movimento de mulheres nascente, lutaram por liberdades políticas e pelo fim da ditadura.

Conforme nos falam Teles e Leite (2013), a esquerda esperava das mulheres um comportamento masculino, do ideal guerrilheiro masculino que elas tentaram corresponder. Muitas foram também as lutas por anistia política, lideradas por Terezinha Zerbini e que refletiu na criação dos primeiros grupos feministas do país.

Nesse período também, muitas mulheres foram exiladas em países como Chile, França, onde tiveram influências dos movimentos de mulheres desses lugares. Foi grande o fluxo de mulheres que vindas da França influenciaram a criação de grupos feministas e dos chamados grupos de reflexão, espaços de troca de experiências, fraternidade e diálogo.

Como prefacia a historiadora Margaret Rago:

O feminismo que renascia em meados da década de 1970, apontava para outros modos de ação política; questionava a pesada cultura patriarcal; indignava-se com o machismo e a burocracia dos partidos, mesmo os de esquerda, ao mesmo tempo em que mostrava às mulheres, em geral, que podiam ser outras, escapando a um destino monótono de confinamento na esfera da vida privada. O casamento heterossexual deixava progressivamente de ser o único caminho possível para o “sexo” então considerado “frágil”; o desejo abria outras formas de expressão (Rago, 2013, p. 12).

Esse feminismo também influenciou a criação de jornais como o *Brasil Mulher* (1975), *Nós Mulheres* (1976) e *Mulherio* (1981), constituindo uma imprensa alternativa feminista. Com poucos recursos, eram muitas as estratégias de circulação desses tabloides. Encontramos registros da circulação de alguns destes na cidade de João

Pessoa-PB. Assim, “as guerrilheiras se transformaram em feministas que faziam jornais, o que deu grande impulso às mobilizações e organizações de mulheres” (Teles & Leite, 2013, p. 67).

Cynthia Sarti (1998) elenca que o feminismo brasileiro nasceu como consequência da resistência das mulheres à ditadura militar, se expandiu dentro de um panorama de manifestações diversificadas, mas sem perder sua particularidade. Entre as décadas de 1970 e 1980, as mulheres se articularam a outras “minorias”, fazendo emergir várias associações feministas no país. Como diz Rago (2013), esses grupos mesclavam a participação de ex-militantes e as novas gerações que despertaram para as questões do corpo e da sexualidade. Questões próprias da instância privada vieram a público, implicando na emergência de uma cultura de valorização do feminino e de seus atributos. As lutas contra a opressão às mulheres mesclavam-se, porquanto, às lutas pela redemocratização (Costa, 2008).

Dessas reverberações, o feminismo encontrou-se com o movimento de mulheres, adentrando diferentes

instituições e setores da sociedade civil. Vale ressaltar que o movimento de mulheres não tinha as questões feministas (como a defesa do aborto) enquanto bandeira de luta. Lutava-se por melhorias das condições materiais: por creches, por transporte, por habitação. Em vista disso, no campo, as mulheres tentavam adentrar espaços como os sindicatos, galgando espaços organizados e pautando suas questões ligadas ao mundo do trabalho.

Na Paraíba, o primeiro grupo criado foi o Centro da Mulher de João Pessoa, depois Grupo Maria Mulher, fundado em 1979. Também o Grupo de Mulheres de Campina Grande, o Grupo Raízes e o Grupo Sertão Mulher. Esses, constituídos por mulheres em sua maioria escolarizadas e aglutinadas em torno da Universidade Federal da Paraíba e da Universidade Regional do Nordeste que desenvolveram conexão e assessoria com as mulheres trabalhadoras rurais principalmente do Brejo e das periferias das cidades de João Pessoa, Campina Grande e Cajazeiras.

A organização de mulheres na Paraíba

Falar da organização das mulheres rurais na Paraíba remete-nos diretamente ao movimento de mulheres mais amplo e também ao movimento feminista. Como a professora Ana Paula Romão: “Entendo que toda a organização de mulheres camponesas na Paraíba, em sua pluralidade de experiências políticas, perpassou as mais variadas organizações camponesas (...): Ligas Camponesas, sindicatos rurais, comissões de centrais sindicais e partidárias, entre outras” (Ferreira, 2010, p. 76). Mas ainda em questão suscitada pela mesma autora: Até que ponto as mulheres camponesas são reconhecidas como contribuintes do movimento mais geral de mulheres?

É sabido que a década de 1980 configurou-se como um caldo contra hegemônico, palco dos mais diversos movimentos sociais. A Paraíba, por exemplo, foi palco de lutas no campo que já vinham das décadas anteriores e de resistências de mulheres que já se inseriam nos espaços sindicais e fundavam grupos como foram os grupos feministas. Há de se pensar, contudo,

que esses espaços de luta se construíram em íntima conexão.

O feminismo nascente se configurou como referência dos movimentos sociais de mulheres (Ferreira, 2010). Grupos feministas como o Grupo de Mulheres de Campina Grande, Grupo Raízes e Grupo Maria Mulher realizavam assessoria direta com mulheres trabalhadoras rurais da região do Brejo. Posteriormente, a Cunhã Coletivo Feminista surgida em 1990 como reverberação dos grupos anteriores, ajudou a reestruturar o Movimento de Mulheres Trabalhadoras do Brejo após o acidente que vitimou a sindicalista Penha Nascimento e a socióloga Beth Lobo. Também foi importante a atuação do Centro da Mulher 8 de março, ONG surgida no mesmo ano.

Historicamente, desenvolveram-se poucos olhares para a compreensão da luta pela libertação das mulheres e o mesmo se desembocava, como vimos, nos chamados grupos de esquerda e suas ramificações, como eram o caso de sindicatos e partidos. Na Paraíba (e esse não é um episódio exclusivo nosso), o feminismo foi responsável por abrir muitas discussões de gênero dentro dos movimentos, partidos

e da própria Central Única dos Trabalhadores (CUT). Pela assessoria dos grupos feministas, realização de oficinas, reuniões e participação em marcha e passeatas, estabeleceu-se um diálogo importante entre tais espaços, reverberando em uma atuação comum em prol da luta de mulheres no estado. Perspectiva que é corroborada por Ferreira:

Foi com o movimento feminista que as camponesas buscaram e buscaram entender a sua realidade de opressões, já percebida no âmbito do trabalho e na esfera da vida privada. Tiveram cursos de formação feminista em suas organizações internas e contatos diretos com várias feministas, desde as primeiras organizações das mulheres camponesas, ainda na década de 1970 (Ferreira, 2006, p. 50).

Assim, sob um viés pró-feminista, as organizações de mulheres da Paraíba deixavam-se influenciar pelas feministas e as feministas tinham nas mulheres camponesas uma importante via de trabalho e discussões sobre

relações de trabalho, violência contra a mulher, direitos previdenciários e trabalhistas dentre outras frentes de ação e reflexão.

Estudos de Paola Cappellin Giuliani (1989), socióloga e pioneira do Grupo de Mulheres de Campina Grande, nos mostram que na década de 1980 era significativo o número de mulheres filiadas aos sindicatos e pertencentes às equipes diretivas, porém, destas, poucas chegavam a assumir cargos de chefia ou presidência. O espaço de luta terminava sendo um apêndice das relações domésticas em que a estrutura do machismo estava presente. Aos poucos, figuras como Margarida Maria Alves (sindicalista assassinada em 1983 e cuja luta deu inspiração ao atual movimento da Marcha das Margaridas) tomavam ampla projeção e causavam rebuliços nas estruturas postas, conforme citado. Assim, o feminismo começava a atravessar a vida e a prática dessas mulheres e influenciava a criação de setoriais como a própria setorial de mulheres do Partido dos Trabalhadores e da CUT.

Na década de 2000, como reverberação do trabalho de grupos

feministas, pulverização de ONGs e atuações do movimento de mulheres, foi criada a Rede de Mulheres em Articulação na Paraíba, com o fito de agregar propostas e trabalhos com mulheres em sua diversidade de origem e atuação. Emergiram ONGs feministas como a Cunhã Coletivo Feminista, Centro da Mulher 8 de Março, Bamidelê, Maria Quitéria e organizações movimentistas como a Rede de Mulheres em Articulação na Paraíba. Também não foram poucos os grupos surgidos e a consolidação de outras formas de organização já presentes ao longo da trajetória de lutas das mulheres no estado. No interior, próximo à Campina Grande, o sindicalismo do Polo da Borborema viria consolidar uma atuação direta de homens e mulheres em prol da agroecologia e de mudanças nas diferenças de gênero na região.

Pela marcha das mulheres e pela agroecologia

Embora as décadas de 60 e 70 tivessem favorecido a luta sindical e a reivindicação dos direitos do povo do campo, as décadas de 80 e 90 do

século passado assistiram um esvaziamento em sua base associativa e perda de credibilidade de seus dirigentes. Afirmativa que não tem a intenção de ser generalizante, mas que se refere ao que ocorreu no interior da Paraíba, mais especificamente na região da Borborema. Em um caminho histórico, os sindicatos da região deixaram de ser apenas um balcão previdenciário e um consultório médico-odontológico e passaram a ser divulgadores e estimuladores do trabalho voltado àquela região (Freire *et al.*, 2010; Bastos, 2010).

O território da Borborema abrange uma área 3.341,7 km², constituído por 21 municípios: Alagoa Nova, Algodão de Jandaíra, Arara, Areia, Areial, Borborema, Campina Grande, Casserengue, Esperança, Lagoa Seca, Massaranduba, Matinhas, Montadas, Pilões, Puxinanã, Queimadas, Remígio, São Sebastião de Lagoa de Roça, Serra Redonda, Serraria e Solânea. A região, que engloba as microrregiões do Curimataú Ocidental, Curimataú Oriental, Esperança, Brejo Paraibano e Campina Grande, é palco de lutas do Polo da Borborema, rede composta pelos sindicatos rurais da região e

associações de base agroecológica no território, que retoma e atualiza uma tradição de resistências sociais que se estruturaram como respostas ativas a conjunturas adversas à agricultura camponesa (Freire *et al.*, 2010). Pode ser entendido como representante do chamado Novo Sindicalismo na região, que tem raízes nas comunidades eclesiais de base e em um olhar mais estrutural para as lutas sociais.

Uma ação articulada permitiu a emergência do Polo Sindical e das Organizações da Agricultura Familiar da Borborema, que aos poucos passou a se consolidar não só como um ator demandador de políticas públicas específicas, mas também como espaço político-organizativo unificado pró-agricultura familiar na região (Freire *et al.*, 2010). O Polo realiza seus trabalhos a partir de comissões temáticas, dentro das quais se destaca o trabalho com mulheres.

Assim, a região da Borborema, na Paraíba, vem assistindo uma verdadeira revolução nas maneiras de produzir, de lidar com a terra, de manejar criações, de reivindicar políticas públicas e lutar por igualdade. Revoluções microestruturais que começaram na

década de 1990 com a criação do Polo da Borborema e início de um processo sistemático de experimentações e inovações pelas famílias agricultoras. Em 2002, porquanto, a partir da realização de um diagnóstico da organização com mulheres agricultoras, se observou:

Em especial, a casa e o espaço do entorno (nomeado de arredor de casa) como as principais áreas de atuação e expressão de sua capacidade produtiva. Foram então identificadas as partes constituintes e as múltiplas funções do arredor de casa para o funcionamento produtivo e de cuidado da casa e da família. Também foram levantados os principais desafios para seu aprimoramento técnico e visibilidade social. Refletiram também sobre possíveis formas de superarem coletivamente os problemas por elas identificados (Freire, 2015, p. 06).

Desse diagnóstico e do surgimento de novas demandas, o Polo começou a constituir a Comissão de Saúde e Alimentação, que segundo Freire, a partir

de então passou a funcionar como espaço de planejamento, execução e monitoramento das ações das experimentações e formações das agricultoras. Para Serrano (2014), a comissão de saúde e alimentação foi o espaço onde começaram a despontar reflexões sobre o trabalho das mulheres e as desigualdades de gênero que as atingem em sociedade, dentro inclusive dos próprios movimentos sociais. Valorizando a importância das mulheres para a manutenção da própria agricultura familiar, investiu-se na realização de encontros de intercâmbio, visando acima de tudo integrar essas mulheres sob a percepção de existirem entre elas problemas comuns a serem enfrentados. Sem a igualdade entre os gêneros, não haveria agroecologia, portanto.

Nesse contexto de afirmação das mulheres camponesas como sujeitos políticos, foi construída em 2010 a primeira Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia, “ação direta dessas mulheres que vão às ruas mostrar seu trabalho no campo e pedir o fim das violências que sofrem todos os dias” (Serrano, 2014, p. 67).

A partir da máxima de que sem feminismo não há agroecologia, as mulheres vêm transformando os campos, os modos de produzir, se relacionar com a Natureza e as relações de gênero instauradas. Mas o que seria a agroecologia? A agroecologia é um movimento relativamente novo no Brasil que tem como pauta a sustentabilidade e segundo Siliprandi (2015), é encabeçado principalmente por mulheres envolvidas com as propostas que tratam da saúde e alimentação das famílias. Embora isso não seja reconhecido, as mulheres vêm transformando suas vidas e seus mundos. A autora comenta que quando os empreendimentos começam a dar frutos, o comando dessas atividades logo voltam para as mãos dos homens. Isso se daria pelo modo como se organizam as relações familiares e de produção.

A relação entre movimentos de mulheres e movimentos ecológicos já se dão desde os diálogos contraculturais nos Estados Unidos e Europa, na segunda metade do século XX (Castells, 1999). Questionava-se um modelo civilizatório, que já dava provas de sua falência. Esses movimentos

eles próprios, heterogêneos nas formas de pensar e de buscar as saídas para o novo século, criaram ramificações como foi o ecofeminismo, que para o autor, é a defesa do princípio absoluto da Natureza como fundamento da libertação tanto do patriarcado como do industrialismo. O ecofeminismo reivindica, porquanto, que valores éticos como a empatia sejam válidos para toda a humanidade, não somente para as mulheres.

É fato que as desigualdades das relações de gênero desembocam em discrepâncias de oportunidades e desvalorização do trabalho das mulheres. No caso da agricultura, as mulheres, responsáveis por boa parte do processo produtivo, têm seu trabalho entendido apenas como ajuda. Paulilo (1987) comenta que seria esse o peso do trabalho leve. Para quem, o que determina o valor da diária de trabalho é o sexo de quem a recebe. Em tom conclusivo: “o trabalho é ‘leve’ (e a remuneração é baixa) não por suas próprias características, mas pela posição que seus realizadores ocupam na hierarquia familiar” (Paulilo, 1987, p. 07).

Posição que é corroborada por Araújo (2008), ao estudar o trabalho

de mulheres em assentamentos rurais de Baraúna, no Rio Grande do Norte. Para a autora, o trabalho no roçado é desvalorizado por ser uma extensão do trabalho doméstico, do lar, reservando a condição de ajudantes para mãe e filhos/as. Diz:

O roçado é percebido como a área de trabalho em que são realizadas as tarefas que exigem mais força física. Portanto, é o espaço do homem. O espaço da casa, que se prolonga para os quintais e muitas vezes se confunde com o roçado, é da mulher, não considerado área de trabalho, em que são desenvolvidas atividades percebidas como mais leves e necessárias à reprodução da família (Araújo, 2008, p. 66).

Como Siliprandi (2015), pensamos que a participação feminina nos processos de construção de um projeto agroecológico desestabiliza a ordem patriarcal, abrindo espaço para a mudança dos padrões de gênero, criando brechas. Mudanças já vêm sendo sentidas e espaços abertos, o que resulta em mais empoderamento econômico

para as mulheres, mais participação pública e poder de decisão.

Margaridas em marcha

A partir da necessidade de reconhecimento do protagonismo feminino no campo, da luta em prol de um projeto de agroecologia e da igualdade entre homens e mulheres, é que as mulheres do Polo da Borborema marcham desde o ano de 2010, edição ocorrida no município de Remígio-PB. Sempre realizada no dia 08 de março, congrega mulheres dos diferentes municípios que integram o Polo da Borborema e que lutam dentre outras pautas:

- Em defesa da agroecologia como modelo de desenvolvimento rural;
- Pelo reconhecimento e afirmação do papel das mulheres na construção da segurança e da soberania alimentar;
- Pela defesa das sementes crioulas e adaptadas à realidade local e ao papel das agricultoras como guardiãs da biodiversidade;

- Pela democratização do acesso à água de qualidade para beber, cozinhar e produzir¹.

Cada Marcha é um verdadeiro acontecimento já esperado pelas mulheres agricultoras que pouco saem de casa ou dispõem de poucas opções de lazer, muitas vezes pelas insuficientes condições econômicas ou pelo machismo arraigado nas relações familiares. A Marcha é um espaço político e também um ponto de encontro, de passeio, de diversão e criação de uma identidade coletiva entre as mulheres. Momento inclusive emotivo, do qual participei e estive próxima nos últimos anos. Todas de lilás, algumas com margaridas na mão em alusão à sindicalista Margarida Maria Alves, segurando cartazes e faixas, gritando palavras de ordem ou canções, as mulheres em marcha apresentam coragem para enfrentar as mais diferentes intempéries da vida. Vemos então a constituição de uma

verdadeira estética do movimento refletida em cada rosto, em cada adereço e em cada cartaz.

Maria das Graças dos Santos, agricultora do Sítio Manguape, município de São Sebastião de Lagoa de Roça, assim fala sobre a importância da Marcha em sua trajetória e para a vida das mulheres:

A gente tem que continuar na luta para pelo menos diminuir, por exemplo, a violência contra a mulher. E também essa mania das pessoas usarem veneno, eu mesma sou das que mais luta contra esse uso, não uso veneno em nada e também o reflorestamento, desmatamento, é uma luta muito grande das mulheres. A gente vai lá, mas não é para passear não, para bater perna, mas a gente vai para lá para lutar não é só por mim é por você também e para quem vem depois da gente para que as coisas melhorem, porque tem sido muito difícil (Santos, 2017)².

Vemos um sentimento de pertencimento e de vontade de transformação presente no relato acima. Graça me recebeu em seu sítio em uma tarde de sexta-feira e me falou sobre sua trajetória, das dificuldades, da ida para o Sudeste em busca de melhores condições de vida, da sua atuação como presidente da associação comunitária da localidade, da dificuldade em criar os filhos em uma sociedade que discrimina a mulher solteira, pobre e negra. Contou-me sobre sua produção, sobre sua participação na feira agroecológica local e da importância da agroecologia para sua vida e a vida dos seus. A Marcha não é um acontecimento restrito ao dia de sua realização como nos fala Freire:

Cada edição da Marcha é precedida por um intenso processo de sensibilização e formação das mulheres, mas também dos homens do movimento e da equipe de assessoria. São realizados encontros de mulheres nos 14 municípios que fazem parte do Polo da Borborema e, a cada ano, é trabalhada uma metodologia voltada a desnaturalizar as amarras culturais

1 *Vídeo-sistematização da VII Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wD7IKMmMuHI>>. Acedido a 19 de agosto de 2017.

2 Entrevista concedida à autora por Maria das Graças dos Santos, a 25 de agosto de 2017 (49 min).

que determinam as desigualdades sociais entre os sexos. Há ainda o estímulo para que novos encontros e conversas aconteçam em seus grupos de fundos rotativos, beneficiamento, associação comunitária o mesmo entre vizinhas (...). Esse momento preparatório também é repetido nos demais espaços organizativos do Polo, reunindo um público misto das equipes técnicas do Polo da Borborema e da AS-PTA. Nessas ocasiões, há fortes testemunhos ora carregados de dor, ora de alegria pela superação da violência. Dessa forma, a superação das desigualdades e da violência não é mais vista como uma questão só das mulheres, tornou-se uma questão de justiça social, uma ação política dos sindicatos (Freire, 2015, p. 12).

Rosileide Ferreira Gomes, tesoureira do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Lagoa de Roça, compõe a comissão de saúde e alimentação do Polo. Leidinha do Sindicato, como é mais conhecida, é sindicalista desde 1986, já ocupou a presidência do mesmo STR e foi candidata à vereadora

no último pleito municipal pelo Partido Democrático Trabalhista (PDT). Organiza as mulheres do município, agendando encontros e reuniões e incentivando a participação coletiva das mesmas. Sobre a Marcha, sistematiza:

A Marcha é um momento de denunciar mesmo as violências que as mulheres estão sofrendo (...), de incentivar as pessoas a plantarem produtos agroecológicos e o nosso tema da Marcha é o grito que nós damos todos os anos que é pela vida das mulheres e pela agroecologia. (...). Hoje com a Marcha, as mulheres estão se libertando, ocupando o mercado, a política, tirando seu próprio sustento, que estão nas feiras das mulheres. Eu acho que hoje temos mulheres que realmente estão dando a volta por cima e ocupando seu lugar que é seu por direito (Gomes, 2017)³.

Há referências dentro das atividades das marchas à Marcha das

³ Entrevista concedida à autora por Rosileide Ferreira Gomes da Silva, a 26 de agosto de 2017 (1 h e 07 min).

Margaridas ocorrida desde o ano de 2000, em Brasília-DF⁴. Podemos afirmar que a Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia está para o local como a Marcha das Margaridas está para o nacional. Sendo a maior manifestação de mulheres da América Latina, a Marcha levanta bandeiras como a do desenvolvimento sustentável, do feminismo e da igualdade de direitos. As três mulheres entrevistadas na pesquisa que resultou neste trabalho⁵, já participaram de

⁴ A Marcha das Margaridas, “ação estratégica das mulheres do campo, das florestas e das águas que integra a agenda permanente do Movimento Sindical de Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais (MSTTR) e de movimentos feministas do Brasil” (CONTAG, 2015, p. 2), pleiteia políticas públicas específicas para as mulheres rurais e congrega ações e pautas do feminismo, reunindo a cada dois anos milhares de mulheres em Brasília-DF. Tem sua inspiração na sindicalista Margarida Maria Alves, assassinada em 1983 na Paraíba. Coordenada pela Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (CONTAG), a Marcha representa a reunião de forças de mulheres camponesas em torno da construção de um sujeito político que segundo Aguiar (2015), gira em torno das expressões de gênero, classe e território.

⁵ Fruto de meu trabalho de conclusão do curso de Especialização em Educação do Campo, cujos resultados ora se apresentam. Nele, realizei entrevistas com três participantes das atividades da Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia, traçando suas

edições da marcha. Célia Souza de Assis (Dona Célia), por exemplo, nos conta com satisfação sobre sua participação no movimento:

Foi uma coisa muito boa. Eu já viajei muito daqui para o Rio, mas que nem a Marcha das Margaridas tá na história! (...) Todo mundo junto, fizemos uma marcha lá de onde a gente estava no Estádio Manoel Garrincha até lá. (...) Foi a primeira vez que participei e gostei muito porque eu acho que se a gente não fizer esses movimentos, cada vez mais só faz piorar. Porque acontece muitas coisas, mas se a gente faz os movimentos para as mulheres saírem da caçapa que nem as borboletas que fazem o casulo, muitas ficam ali dentro e eu acho que é isso é importante... Acordar um pouco. (...) É muito importante para todas nós abrir os olhos, ver as coisas diferentes porque tem muita violência e muitas mulheres apanham muito

e ficam caladas. Eu acho isso uma injustiça, a mulher apanhar por nada, o marido botar um cabresto na mulher e ela baixar a cabeça, ficar ali calada. A mulher não é boi para ficar na corda presa, ela tem o direito de ir e vir (Dona Célia, 2017)⁶.

Da fala de Dona Célia, vemos a associação do empoderar-se com elementos da Natureza: a metamorfose da borboleta, o ato de sair do casulo e do gado limitado, preso à corda. Daí antevemos a significação do movimento de mulheres para ela: um exercício libertador. A mesma nos conta do machismo presente na sua criação, rememora: “meu pai não deixava ir para lugar nenhum” (Dona Célia, 2017)⁷.

O ato de lembrar é entendido nesse trabalho como um exercício de lapidação, como coloca Ecléa Bosi (1994). Para quem, “uma lembrança é um diamante bruto que precisa ser

lapidado pelo espírito. Sem o trabalho da reflexão e da localização, ela seria uma imagem fugidia” (Bosi, 1994, p. 21). Logo, a categoria da memória é cara a nosso fiar. Narrando a si, Dona Célia constitui sua identidade, fazendo um balanço das mudanças a que passou durante sua vida, que se faz no presente.

Como Serrano (2014), afirmamos que a Marcha reflete uma experiência histórica de luta de mulheres no estado da Paraíba. “Trata-se do reconhecimento de si na outra e de um processo em que a partir da troca de experiências é possível tirar as relações de opressão da normalidade, além de encontrar estímulo para se libertar delas” (Serrano, 2014, p. 100-101). Percebemos isso na fala das nossas interlocutoras. Tais processos influenciaram inclusive em uma mudança de postura dessas mulheres com relação à vida e a elas próprias.

Principalmente a gente da zona rural a gente sabe que existe muito machismo, muito calado porque as mulheres às vezes não falam tudo, aguentam caladas, mas sabemos que existe o machismo e tanta

histórias de vida, a ligação e participação delas no movimento. Todas residem no município de São Sebastião de Lagoa de Roça, um dos municípios integrantes do Polo.

6 Entrevista concedida à autora por Célia Souza de Assis, a 5 de setembro de 2017 (36 min).

7 Entrevista concedida à autora por Célia Souza de Assis, a 5 de setembro de 2017 (36 min).

coisa. (...) Tem coisas que antigamente eu ficava calada, coisas dentro de casa, do cotidiano e hoje a gente já amadurece mais a mente e mais uma vez, o conhecimento. A gente adquire muito conhecimento, muita experiência, como a gente é contra usar o veneno, essas coisas assim, a gente já sabe que não é bom não usar se não 100% pelo menos 70% já é uma coisa boa porque hoje eu posso cultivar meus produtos consciente daquilo que eu levo para a minha mesa, do que eu levo para a mesa de alguém, eu tenho consciência porque eu garanto (Santos, 2017)⁸.

Sob o viés da transformação, a Marcha pela Vida das Mulheres e pela Agroecologia se constitui enquanto um processo formativo plural e político compromissado com a mudança das relações de gênero e com um projeto de agroecologia no território da Borborema.

Eu digo a você que não é uma reunião nem outra, são várias. São reuniões com as lideranças, com as mulheres nas comunidades, porque não adianta a gente chamar as mulheres para a marcha sem ela conhecer aquilo ali, porque muitas vão para passear, para conhecer o município. Tem que levar o conhecimento, perguntar o que a Marcha significa, porque as mulheres também estão em processo de construção da Marcha, os homens também e que bom que eles estão acordando (Gomes, 2017)⁹.

Coadunando com Serrano (2014), enxergamos tal processo formativo como um processo com sustentação na educação popular que visa, portanto, contribuir com a (trans)formação de homens e mulheres sob um projeto de emancipação que desemboca na realização das marchas, mas que não se restringem a ela. Assim, o Polo se configura como um território agroecológico e também feminista cujas raízes

apontam para um histórico de lutas de mulheres no estado da Paraíba.

Considerações finais

O estado da Paraíba, celeiro de microrrevoluções compromissadas com a justiça social, aponta para a efervescência histórica de mulheres no campo, luta que tem raízes no protagonismo de figuras como Elizabeth Teixeira, Margarida Maria Alves, Penha Nascimento e outras. Essas mulheres inspiraram movimentos de mulheres camponesas, que logo encontraram as pautas do feminismo e se retroalimentaram em um exercício contínuo que vem até à contemporaneidade.

O feminismo, entendido como movimento social e postura política, é plural e se estruturou no Brasil no período pós-luta armada, na década de 1980. Importante salientar que os primeiros grupos da chamada segunda onda emergiram nas diferentes regiões de forma quase simultânea. Na Paraíba, os primeiros grupos datam de 1979 e 1982, respectivamente. Sendo eles o Grupo Maria Mulher e o Grupo de Mulheres de Campina Grande. Tais grupos trabalhavam a partir dos

⁸ Entrevista concedida à autora por Maria das Graças dos Santos, a 25 de agosto de 2017 (49 min).

⁹ Entrevista concedida à autora por Rosileide Ferreira Gomes da Silva, a 26 de agosto de 2017 (1 h e 07 min).

chamados grupos de autoconsciência e realizavam assessorias diretas nas periferias das cidades de Campina Grande e João Pessoa e aos sindicatos e movimentos de resistência no campo.

Como vimos, a partir da década de 1990, a região da Borborema foi palco de mudanças nas formas de fazer sindicalismo e de se fazer agricultura familiar. Sob assessoria da ONG AS-PTA¹⁰, formou-se uma rede de sindicatos rurais e organizações comunitárias de base agroecológica sob o nome de Polo Sindical da Borborema. Condutor de lutas na região, o Polo se organiza em torno de comissões temáticas, dentre as quais está a de saúde e alimentação da qual emana o trabalho com mulheres agricultoras. Mulheres estas que veem fazendo uma verdadeira revolução feminina na região sob a luta pela vida das mulheres e pela consolidação de um projeto de agroecologia no território. Tais mulheres

produzem e compartilham histórias a partir de seus quintais produtivos e experiências de inovação e se agregam em torno dos STRs locais, se aglutinando em torno de um movimento maior que é a Marcha das mulheres do Polo, realizada anualmente.

Mais do que uma passeata, a Marcha é um processo formativo com atividades constantes e interligadas aos trabalhos das outras comissões temáticas, como é o trabalho com a juventude. Como apontam Ferreira e Siliprandi (2015), pelo estudo realizado e pela fala das mulheres, observamos que:

Nessa convergência entre o feminismo e a Agroecologia, portanto, as mulheres encontraram espaços para a desconstrução das bases insustentáveis do modelo de poder instituído, não somente do ponto de vista ecológico e político, mas também social, incluindo a busca da equidade nas relações de gênero (Ferreira & Siliprandi, 2015, p. 59).

Assim, pelo histórico de lutas e conexões recentes do feminismo com o movimento sindical e agroecológico, afirmamos existir um feminismo que parte do campo na Paraíba. Tal assertiva coloca em xeque a própria historiografia da área de modo amplo e quase hegemônico, que reforça a existência de um movimento feminista urbano, branco e escolarizado, sendo essa ainda a memória oficial que se perpetua.

REFERÊNCIAS

- Aguiar, V. V. P. (2015). *Somos Todas Margaridas: Um estudo sobre o processo de constituição das mulheres do campo e da floresta como sujeito político*. Tese de Doutorado em Ciências Sociais do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Estadual de Campinas, Campinas-SP, Brasil.
- Araújo, C. M. (2008). A invisibilidade do trabalho das mulheres na produção em assentamentos rurais de Baraúna/RN. In M. P. de Carvalho & R. P. Pinto (Orgs.) *Mulheres e*

¹⁰ Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Alternativa, ONG fundada em 1989. Procura promover o desenvolvimento rural sustentado com base na agricultura familiar e na agroecologia. Ela atua orientando processos participativos de desenvolvimento local em duas microrregiões, no Nordeste e no Sul do Brasil.

- desigualdades de gênero* (pp. 63-78). São Paulo: Contexto.
- Ávila, M. B. (2001). Feminismo, cidadania e transformação social. In M. B. Ávila *Textos e Imagens do Feminismo: mulheres construindo a igualdade* (pp. 13-61). Recife: SOS Corpo.
- Bastos, V. V. de S. (2010). *Uma nova prática de ação sindical: o caso do Polo Sindical da Borborema – Paraíba*. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais – Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande/PB, Brasil.
- Bosi, E. (1994). *Memória e Sociedade: lembranças de velhos*, 3ª ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- CONTAG. (2015). *Margaridas seguem em marcha por desenvolvimento sustentável com democracia, justiça, autonomia, igualdade e liberdade* – Caderno de texto para estudos e debates. [s/l]. Retirado de: http://www.contag.org.br/imagens/f2308caderno-de-textos-para-estudos-e-debates---marcha-das-margaridas-2015-versaofinal_site.pdf, a 20 de dezembro de 2017.
- Castells, (1999). *O “verdejar” do ser: o movimento ambientalista. O poder da identidade*, Vol. 2. Tradução de K. B. Gerhardt. (pp. 141-168). São Paulo: Paz e Terra.
- Costa, A. A. C. (2008). Feminismo e Estado no Brasil: um feliz casamento? In *Anais do Seminário Internacional Fazendo Gênero*, Florianópolis/SC, Brasil, 8. Retirado de: http://www.fazendogenero.ufsc.br/8/sts/ST62/Ana_Alice_Alcantara_Costa_62.pdf, a 9 de março de 2017.
- Ferreira, A. P. L. & Siliprandi, E. (2015). A importância da dimensão econômica do trabalho organizativo com mulheres rurais no Sertão do Pajeú (PE). *Agriculturas*, Rio de Janeiro, 12 (4), 55-59.
- Ferreira, A. P. R. (2006). *Margarida, margaridas: Memória de Margarida Maria Alves (1933-1983) através das práticas educativas das Margaridas*. João Pessoa: EDUFPA.
- Ferreira, A. P. R. de S. (2010). *A trajetória político-educativa de Margarida Maria Alves: entre o novo e o velho sindicalismo rural*. Tese de Doutorado em Educação – Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, Brasil.
- Freire, A. G., Silveira, L. M. & Diniz, P. C. O. (2010). Polo da Borborema: ator contemporâneo das lutas camponesas pelo território. *Agriculturas*, Rio de Janeiro, 7 (1), 13-19.
- Freire, A. G., Silveira, L. M. & Diniz, P. C. O. (2015). Pela vida das mulheres e pela agroecologia: Agricultoras da Borborema reescrevem suas histórias. *Agriculturas*, Rio de Janeiro, 12 (4), 6-14.
- Giuliani, P. C. (1989). Silenciosas e combativas: as contribuições das mulheres na estrutura sindical do Nordeste, 1976/1986. In A. O. Costa & C. Bruschini (orgs.). *Rebelião e submissão: estudos sobre a condição feminina* (pp. 255-301). São Paulo: Ed. Vertice/ Fundação Carlos Chagas.
- Leite, R. S. C & Teles, A. (2013). *Da guerrilha à imprensa feminista: a construção do feminismo pós-luta armada no Brasil (1975-1980)*. Prefácio de Margareth Rago. São Paulo: Intermeios.
- Paulilo, M. I. (1987). O peso do trabalho leve. *Ciência Hoje*. 5 (28), 64-70.

- Pedro, J. M. (2013). O feminismo de “segunda onda”: corpo, prazer e trabalho. In C. B. Pinzsky & M P Joana (orgs.) *Nova História das Mulheres no Brasil* (pp. 238-301). São Paulo: Contexto.
- Rago, L. M. (2013). Prefácio. In R. S. C. Leite & A. Teles (orgs.) *Da guerrilha à imprensa feminista: a construção do feminismo pós-luta armada no Brasil (1975-1980)* (pp. 11-14). São Paulo: Intermeios.
- Sarti, C. A. (1998). O início do feminismo no Brasil: o que ficou escondido. In *Anais do Congresso Internacional da LASA*, Chicago, EUA, 21. Retirado de: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/lasa98/Sarti.pdf>, a 27 de abril de 2016.
- Serrano, J. S. (2014). *Mulheres da Borborema construindo a agroecologia e a igualdade de gênero*. Dissertação de Mestrado em Ciências Agrárias – Agroecologia – Centro de Ciências Humanas Sociais e Agrárias, Universidade Federal da Paraíba, Bananeiras/PB, Brasil.
- Silipandri, E. (2015). *Mulheres e agroecologia: transformando o campo, as florestas e as pessoas*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

Conteúdo: Representações e Identidades

Gênero e constituição de sujeitos políticos no contexto cubano:

*tensões entre enquadramento biopolítico e autonomia na mídia oficial**

Gender and the constitution of political subjects in Cuba: tensions between biopolitical framing and autonomy in the government official media

Elisa Beatriz Ramírez Hernández

UFMG

elisabeatriz@gmail.com

ORCID: 0000-0001-8704-2227

Ângela Cristina Salgueiro Marques

UFMG

angelasalgueiro@gmail.com

ORCID: 0000-0002-22530374

Resumo

Este artigo pretende discutir, no contexto cubano, as operações de enquadramento de gênero que tornam certos sujeitos e grupos reconhecíveis e valorizáveis, enquanto outros são claramente destituídos de respeito e consideração. Argumentamos que o desrespeito envolve a produção de narrativas e enunciados que traçam distinções valorativas entre modos de vida considerados dignos e aqueles amplamente percebidos como menosprezáveis. Nesse contexto, a autonomia envolve, assim, um jogo delicado de poder entre a invisibilização biopolítica de constrangimentos às ações dos sujeitos e a visibilização de experiências que não são totalmente identificadas pelos padrões de dominação. A partir de um acontecimento midiático recente, refletimos sobre a configuração política da opressão e da discussão sobre gênero em Cuba.

Palavras-chave: gênero; autonomia; enquadramento; biopolítica; Cuba.

Abstract

This paper discusses the political context in Cuba from the perspective of gender framing, which actions recognize and appreciate certain subjects and groups while others are clearly devoid of respect and consideration. We argue the disrespect involves the production of narratives and enunciates that have different valued distinction between lifestyles considered worthy and those understood how despicable. In this context, political autonomy involves a delicate power game. It represents the relation between those subject's actions under biopolitical invisibilization of constraints and the experience visibilization that not be completely identified by domination ways. A recent example from Cuba official media helps us to think about political configuration of intersectional oppression of race, class, gender and sexuality in Cuba.

Keywords: gender; autonomy; framing; biopolitics; Cuba.

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_4

* Este trabalho foi desenvolvido com o apoio do CNPq e da FAPEMIG.

Introdução

O sonho transformador da Revolução Cubana encaixou-se não apenas nos moldes da ideologia marxista-leninista, mas nas interpretações assumidas por seus líderes políticos e na herança forçosa do paradigma soviético. Seis décadas depois, o modelo cubano não tem conseguido se legitimar diante do mundo como uma opção viável, apesar de grandes conquistas sociais e inclusive das várias crises mundiais que colocam em xeque o capitalismo moderno ocidental (Somohano & Leyva, 2008). A busca coletiva dos cubanos por uma sociedade mais justa e equitativa se deparou com políticas implementadas oficialmente que limitaram as possibilidades de alcançar efetivamente um equilíbrio entre os princípios de socialização da produção e o protagonismo dos sujeitos políticos (Marques & Herrera, 2016). Assim, o projeto cubano tem experimentado inúmeros desafios internos que o atravessam historicamente: a reprodução de modelos externos que desconsideravam especificidades culturais do contexto da Ilha; o engessamento de uma classe política dirigente que se distancia cada vez mais das

experiências cotidianas do povo; e a distorção das dimensões individual e coletiva na construção ética do sistema político (Herrera, 2016; Chaguaceda, 2010).

A crítica generalizada ao modelo cubano se sustenta ainda em falhas democráticas, como a existência de um sistema eleitoral unipartidário que não permite a escolha direta dos representantes políticos nem sua alternância no poder, assim como os vários mecanismos institucionais que cerceiam a liberdade de expressão e a livre determinação dos indivíduos (Armony, 2003). Porém, são vários os obstáculos que ameaçam a consecução do tipo de sociedade justa outrora desenhada no projeto da democracia: seja o Estado, as forças do mercado, ou as marcas de processos históricos e culturais que variam de um contexto a outro na América Latina.

Nesse sentido, Herrera (2016) aponta que os efeitos do processo de “sovietização” na Ilha derivou em um tipo de regime “autoritário pós-totalitário”, em que se combinam traços do militarismo, o personalismo e o unipartidarismo, com a autoridade carismática que aporta a liderança de

Fidel Castro e a autoridade racional-legal de um Estado que comanda a economia. Gradualmente, foi se consolidando no país um modelo verticalizado de tomada de decisões, centralizado na figura do Partido e seu líder Fidel Castro (assim como da classe histórica dirigente no poder), e legitimado pelo consenso de que a “direção da Revolução” encarnava a força e a vontade do poder popular (Herrera, 2016, p. 84). Assim, as estruturas políticas designadas assumiram muitas das funções que correspondiam à sociedade civil, sendo que as “organizações de massas” (associações de mulheres, jovens, estudantes, trabalhadores, etc.) se tornaram apenas extensões controladas do mecanismo Estado-Partido.

A concepção do Partido como provedor absoluto (de bens materiais e de respostas que iluminariam o caminho da nação) pode estar correlacionada ao engessamento de práticas políticas permeadas por um paternalismo e uma inércia completamente contrários ao espírito dos primeiros anos da Revolução. O sujeito, outrora protagonista concreto das façanhas épicas revolucionárias, é despojado de toda agência efetiva e passa a ocupar uma

dimensão abstrata no discurso oficial. O povo revolucionário, então, é apenas um corpo nostálgico de algum tempo passado, cada vez mais distante e difuso na experiência dos jovens da Cuba atual. Nesse processo de cristalização da estrutura socialista cubana, o que o Estado-Governo-Partido permite ou não fazer/dizer, a censura oficial, vai se misturando com práticas de autocensura e/ou apatia política; toda vez que a política deixa de ser compreendida em seu caráter de construção coletiva e conflitiva.

Nesse viés, um paradoxo ainda mais complexo reside na dificuldade de se pensar um sujeito politicamente passivo em uma sociedade que alcançou altos níveis de escolaridade, um amplo desenvolvimento da cultura do humanismo e a dignidade como pilares da ideologia socialista. Assim, diferentemente do que acontece nos sistemas capitalistas, as assimetrias e limitações econômicas na sociedade cubana não devem ser correlacionadas automaticamente (ainda) à existência de classes sociais empobrecidas espiritualmente.

Como explica Heredia (2017, p. 28), “toda essa cultura socialista

acumulada faz com que, por exemplo, tenhamos, desgraçadamente, bairros marginais, mas não temos seres humanos marginais, que tenham interiorizado sua inferioridade e seu destino”. Segundo esse autor, o que define a conjuntura atual do panorama cubano é uma guerra cultural aberta entre formas de viver do socialismo e o capitalismo, levando em consideração que convivem paralelamente no país uma variedade de relações sociais e valores relativos a ambos os tipos de sistema. Nesse sentido, o pesquisador aponta que a expansão de ideias e sentimentos capitalistas na Ilha se localiza fundamentalmente no terreno da vida cotidiana; com as novas relações sociais que nascem do desenvolvimento de interfaces entre a esfera pública, o setor econômico privado e também da aproximação com os Estados Unidos.

Sob esse viés, Chaguaceda (2010) caracteriza a atual esfera pública em Cuba como precária e fragmentada. A precariedade está dada pela própria constituição dessa esfera, por suas bases argumentativas ou até pelas condições materiais (pois quase todos os espaços são salas, algumas

privadas, onde entram poucas pessoas). E é fragmentada porque são espaços desconectados, já que há pessoas que não podem ir a certos espaços e em outros são impedidas de entrar. O autor defende a tese da “fragmentação induzida”, que implica um nível alto de autocensura. Em poucas palavras, os indivíduos que participam nas esferas públicas oficiais devem cumprir certas regras e evitar estabelecer vínculos com atores que frequentam as esferas públicas consideradas críticas ou oposicionistas. Ao mesmo tempo, se limita a presença de pessoas “indesejadas” em espaços de discussão institucionalizados. Desse modo, se obstaculiza o fluxo entre as diferentes esferas públicas dos atores que decidem acatar as regras (Marques & Herrera, 2016).

A mídia estatal, única de acesso massivo em Cuba, contribui para aprofundar essa fragmentação, fomentando a escassa visibilidade desses espaços de debate. Esses veículos (porta-vozes do Partido-Estado) se caracterizam pela escassez de conteúdos que representem a diversidade e a pluralidade existentes na sociedade cubana atual. Inclusive importantes

discussões celebradas em outros espaços semi-oficiais não são resenhadas pela mídia, apesar de que todos esses espaços são monitorados pelas autoridades (Chaguaceda, 2010). Além disso, embora o serviço de Internet esteja disponível à população cubana em espaços públicos de conexão *wifi* ou salas institucionais de navegação, ainda não existe um amplo acesso a esse serviço no espaço residencial, nem via celular, e os preços continuavam extremamente altos se comparados com os salários dos trabalhadores comuns. As condições de acesso em pontos de conexão em locais de trabalho do governo, por outro lado, determinam também restrições de navegação, pois são bloqueados muitos dos domínios de páginas estrangeiras, redes sociais e *sites* informativos que são considerados “subversivos” pelo governo (Hernández & Herrera, 2017; Valdés, 2009).

A partir dessas considerações, abordamos aqui o papel de atores da esfera intelectual e artística cubana, assim como de novos meios alternativos online, no processo de transformação do panorama político na Ilha em direção a uma sociedade mais plural

e inclusiva (Hernández & Herrera, 2017).

O desvio da norma é a revolução

Embora o projeto socialista proclame o respeito e a inclusão de todos os cidadãos por igual, nas décadas de 1960 e 1970 já se percebiam em Cuba os primeiros sinais de um pensamento dogmático que excluía os diferentes grupos na sociedade (Marques & Herrera, 2016). Assim, se considerava como “conduta imprópria” ou “desvio ideológico” a prática de qualquer tipo de religião (católica, de matriz africana, e especialmente as testemunhas de Jehova); a homossexualidade, ou qualquer conduta identificada como tal; os *hippies*, que se tornaram um símbolo da dependência cultural por causa de suas tatuagens, cabelos compridos e preferência pela música em inglês; e todos aqueles intelectuais que ousavam criticar a doutrina da arte realista. Em meados dos anos sessenta, esse “tipo de pessoas” eram enviadas para campos de trabalho nomeados como Unidades Militares de Ayuda a la Producción (UMAP). Um pouco mais

tarde, com o congresso de educação e cultura de 1971¹, se estabeleciam as normas que, ditadas e reconhecidas institucionalmente como a moral verdadeira, visavam regular a conduta popular. Esse momento é conhecido como o início do “quinquênio cinza”, uma época de excessivo dogmatismo que iria marcar o futuro da Ilha (Somohano & Leyva, 2008; Miskulin, 1998, 2002; Tahbaz, 2013).

Como resultado dessas políticas, López-Labourdette (2015) identifica um grande conjunto de produções artísticas no início do novo milênio que rompe com os modos realistas de representação praticados em décadas anteriores, e que traz para o cenário cultural cubano uma série de *monstros*², corpos extra/ordinários, a/

1 A declaração final do congresso sugeria aos intelectuais as temáticas mais convenientes para a arte durante esse momento histórico da Revolução; se apontava a necessidade de se manter a “unidade monolítica ideológica de nosso povo”, em oposição às “extravagâncias entre os jovens”. Argumentava-se também que não era permissível que, “por meio da qualidade artística”, reconhecidos homossexuais” pudessem influir na formação da juventude (Somohano & Leyva, 2008).

2 A autora utiliza o conceito de monstro para se referir a representações artísticas de seres como ser cujos corpos se desviam excessivamente da norma, que, por sua corporeidade

normais, incômodos, desfigurados, abjetos, degenerados, perversos. Assim, a autora se apropria do pensamento de Foucault para explicar como o panorama simbólico cubano se inunda de narrativas que exploram ao máximo a natureza inascível do monstro, uma figura que foge do cânone figurativo e harmonioso da integridade física; seres anômalos que encarnam o fracasso do grande projeto do “homem novo”, anunciado pelo Ernesto Che Guevara (1965) como o paralelo do intelectual gramsciano no contexto cubano revolucionário.

A maquinaria biopolítica, de correção e normalização, iniciada nos anos setenta, deu à luz, assim, a um homem novo que não apenas rejeitava enfaticamente a grandiloquência da criatura do socialismo cubano, mas rompia também definitivamente com aquelas noções do ser humano que esse projeto estipulava. Afinal, essa obsessão por gerar um “homem

excessiva, se fazem radicalmente presentes; um corpo extra/ordinário no duplo sentido da palavra: fora da ordem e fora do comum. (López-Labourdette, 2015, p. 31)

melhorado”, havia desencadeado uma violência e uma intolerância em aberta contradição com o sonho socialista de um mundo mais justo (López-Labourdette, 2015, p. 32, tradução própria).

No âmbito midiático, assim como no campo da criação artística, começam também a surgir iniciativas de projetos de comunicação que estimulam debates sobre a história não contada do projeto revolucionário e as perspectivas de futuro para Cuba. O sistema midiático cubano é dirigido pelo Departamento Ideológico do Partido Comunista de Cuba, sendo que os meios de comunicação se consideram estatais em termos de propriedade e oficiais pela subordinação ao Governo, em termos de propósitos e de conteúdos. Como resultado, consolidou-se um modelo de gestão centralizado e monopólico que não responde às necessidades da cidadania, nem reflete a pluralidade de vozes da sociedade civil cubana (Herrera, 2016).

Já na década de 2000, com a mudança na direção política do país e as reformas econômicas e sociais implementadas pelo governo, emergem

importantes acontecimentos e figuras que consolidaram o espaço virtual como campo alternativo de disputas políticas. Em 2007, por exemplo, intelectuais cubanos polemizam via e-mail sobre as consequências políticas do “quinquênio cinza”, e esse fato é considerado como antecedente fundamental à ampliação da esfera pública cubana e a apropriação de meios digitais para o debate³ (Somohano & Leyva, 2008).

No cerne das discussões críticas desencadeadas recentemente no espaço público da Ilha se encontram as demandas de grupos sociais marginalizados e a reivindicação de suas diferenças, em oposição a mecanismos homogeneizantes e excludentes (Valdés, 2009). O operário, o homem novo, começa a desdobrar-se em suas múltiplas faces humanas (mulheres, negros

³ A *guerrita de los e-mails* (briguinha dos e-mails), como é conhecida, foi um intercâmbio de mensagens via e-mail entre redes de intelectuais e artistas que questionavam as implicações históricas da política cultural desenvolvida pelo governo revolucionário. Esse debate revelou as potencialidades da internet para um ativismo político em Cuba, mesmo a partir do uso de ferramentas bem simples como o e-mail; assim como a relação entre redes sociais em espaços virtuais e físicos.

e negras, homossexuais, evangélicos, católicos, iorubas), revelado-se assim as contradições, até então invisibilizadas, da realidade social na Ilha.

Homossexualidade em Cuba e visibilidade online

A homofobia em Cuba é hoje menor que há duas ou três décadas. Mariela Castro Espín, diretora do Centro Nacional de Educação Sexual (CENESEX) e filha de Raúl Castro, afirmou numa entrevista que a homofobia persiste como conduta social, mas não como política de Estado⁴. Embora o Ministério da Saúde autorizasse desde 2008⁵ as operações de mudança de sexo e em 2012 o Partido Comunista de Cuba orientasse o enfrentamento aos preconceitos que limitam o direito das pessoas de ocupar cargos públicos

e participar nas organizações políticas de massas⁶, continua-se à espera da aprovação de normas jurídicas que reconheçam legalmente a identidade de gênero. Tampouco existem notícias sobre a data em que vai ser discutida a modificação do Código de Família para legalizar a união entre pessoas do mesmo sexo e para as dotar dos mesmos direitos de que gozam os casais heterossexuais. Em 2014, Mariela Castro foi a única deputada que votou contra o novo Código de Trabalho e Previdência Social, pois o texto da lei não proibia a discriminação contra cidadãos que tivessem uma identidade de gênero não-convencional e contra os portadores de HIV⁷.

Os posicionamentos políticos do governo cubano (oficiais, internacionais e midiáticos) sobre questões de gênero e homossexualidade atravessam

os terrenos pantanosos do explicitamente declarado e o implicitamente assumido nas práticas institucionais. Apesar de alguns avanços no plano jurídico⁸, ainda existem no país tratamentos discriminatórios por causa da preferência sexual em múltiplas esferas da vida social e, de modo geral, afirma-se que “Cuba tem demorado em aceitar a diversidade sexual; um exemplo disso foi a repressão à homossexualidade na segunda metade do século passado” (Damas, Perez & Vicente, 2017, p. 92). Assim, passou-se da rejeição aberta ao silêncio, em uma espécie de tolerância que ainda se revela insuficiente para alcançar uma maior representação pública da diversidade de gênero.

Em 2010, abriu-se um debate entre *bloggers* no espaço público cubano, motivado pelo voto de Cuba na ONU em favor da inclusão de uma emenda que restituía a menção da

4 Martínez, A. C. (2014). En Cuba persiste la homofobia como conducta social: Castro Espín. *La Jornada*, 12 de novembro. Disponível em: <http://www.jornada.com.mx/2014/11/12/sociedad/042n1soc>.

5 Acosta, D. (2008). Salud-Cuba: Se aprueban operaciones de cambio de sexo. *Inter Press Service*, 6 de junho. Disponível em: <http://www.ipsnoticias.net/2008/06/salud-cuba-se-aprueban-operaciones-de-cambio-de-sexo/>.

6 Cubadebate. (2012). Objetivos de trabajo del PCC aprobados en la Conferencia Nacional. 1 de fevereiro. Disponível em: <http://www.cubadebate.cu/especiales/2012/02/01/objetivos-de-trabajo-del-pcc-aprobados-en-la-conferencia-nacional-pdf/>.

7 Periódico am (2014). *Mariela Castro vota 'no' en el parlamento*. 19 de agosto. Disponível em: <https://www.am.com.mx/irapuato/mundo/mariela-castro-vota-no-en-parlamento-135861.html>.

8 Em 1997, descriminalizou-se a homossexualidade no Código Penal de Cuba e em 2013 aprovou-se uma lei trabalhista que condena a discriminação por orientação sexual; mas o Código da Família ainda restringe a união de casais apenas entre pessoas heterossexuais. O CENESEX, fundado em 1989 e dirigido por Mariela Castro Espín, lidera a luta pelos direitos da comunidade LGBTI no país.

orientação sexual como causa para execuções extrajudiciais, arbitrárias e sumaríssimas. A polêmica que envolveu alguns ativistas da causa LGBTI, *bloggers*, e inclusive as autoridades diplomáticas da Ilha, começou com uma carta de desacordo publicada pelo jornalista e ativista Francisco Rodríguez, dirigida ao Ministro Cubano de Relações Exteriores, Bruno Rodríguez, e que transcendeu o espaço do *blog* do ativista, *Paquito-eldeCuba* (Díaz, 2014). Em 2016, a representação diplomática cubana se ausenta de uma votação similar na ONU e, em outubro de 2017, a mesma emitiu um voto de abstenção. Acontecimentos como esses têm motivado questionamentos sobre a verdadeira natureza inclusiva e de igualdade promulgada pelas leis e os discursos que sustentam o projeto político cubano⁹.

Mesmo que se registre em Cuba um dos serviços de internet mais caros e precários do mundo, é possível

9 Inter Press Service (2017). Critican abstención de Cuba ante resolución pro derechos LGBTI. 6 de outubro. Disponível em: <http://www.ipscuba.net/genero/critican-abstencion-de-cuba-ante-resolucion-pro-derechos-lgbti/>.

identificar recentemente um contínuo crescimento de usuários¹⁰ como parte da configuração de novos espaços públicos em rede; o que aponta para um cenário cada vez mais participativo e desafiador do controle midiático estatal (Hoffman, 2011).

A imprensa internacional, como o jornal espanhol *El País*¹¹ e a agência de notícias IPS¹², destaca a renovação do panorama midiático na Ilha, com plataformas como *Periodismo de Barrio* (jornalismo de bairro) e *El Estornudo* (o espirro).

Esses e outros meios, embora sem reconhecimento oficial do governo, têm se destacado pelo tratamento aberto de temáticas e informações vedadas na imprensa governamental,

10 A quantidade de usuários de internet em Cuba tem aumentado recentemente, de 27% (2014) a 40% (2016) (ONEI, 2017, p. 7). Porém, ainda não existe um amplo acesso a esse serviço no espaço residencial, nem via celular.

11 De Llano. P. (2016). Brotes de periodismo cubano. *El País*, 22 março. Disponível em: https://elpais.com/internacional/2016/03/22/america/1458601571_556066.html.

12 Inter Press Service (2016). *Nuevos medios alternativos en Cuba retan visión oficial*. 4 de março. Disponível em: <http://www.ipscuba.net/sociedad/nuevos-medios-alternativos-en-cuba-retan-vision-oficial/>.

construindo assim uma imagem mais realista e plural da sociedade cubana atual.

Enquadramento biopolítico de sujeitos trans na imprensa cubana

Uma operação de enquadramento realizada pelos meios de comunicação é uma operação de poder, uma vez que enquadrar uma cena ou um sujeito significa definir os modos de apreendê-lo, julgá-lo e definir ações a ele dirigidas. Segundo Butler (2015, p. 14), os enquadramentos (ou quadros interpretativos) “não determinam de modo unilateral as condições do aparecer (no sentido de uma aparição performativa sobre uma cena pública) dos sujeitos e dos acontecimentos. Contudo, sua finalidade é demarcar a esfera de aparição”. Tornar-se visível em uma cena comunicativa envolve não só a escolha de quadros de sentido e valores partilhados – através dos quais indivíduos serão identificados, conhecidos e nomeados – mas também a instauração de uma relação conflitiva de busca por reconhecimento, legitimidade e autonomia.

As premissas, julgamentos, desacordos, valores, predisposições afetivas, etc., que permitem aos atores sociais reconhecerem e compreenderem os fatos e percepções revelam como o enquadramento é configurado como ideia organizadora central em processos de desvelamento e construção discursiva de um problema político e dos sujeitos que a ele se articulam. Fassin (2010) aponta que os modos de apreensão e julgamento dos sujeitos e seus modos de vida são fomentados por uma série de normas e sentidos que, ao comporem um quadro moral de sentidos e afetos, governam os corpos e a vida na contemporaneidade. Segundo Fassin (2009), a biopolítica¹³ está ligada às experiências concretas nas quais os indivíduos são tratados de

modo justo ou injusto, de acordo com quais princípios e em nome de qual código moral, conduzindo frequentemente a desigualdades e à ausência de reconhecimento. A associação foucaultiana (1984, 1990) entre poder disciplinar e biopolítica fez com que, para Fassin, a disciplina preparasse os corpos individuais para a gestão da biopolítica cujo objetivo é organizar a vida coletiva, protegê-la e assegurar sua defesa, de modo a corrigir seus defeitos e enquadrá-los em um formato pré-estabelecido e tido como normal. Diante desses aspectos, Fassin destaca que as políticas públicas sociais desempenham hoje um papel fundamental no gerenciamento biopolítico dos corpos e dos modos de ser, caracterizando uma governamentalidade que corresponde à racionalização da arte de governar e não à prática do governo.

O que a biopolítica faz com a vida e com as vidas não é só uma questão de discursos e tecnologias, estratégias e práticas. É também uma questão do modo concreto como indivíduos e grupos são tratados, sob quais princípios e em nome de

que moral, implicando desigualdades e falta de reconhecimento (Fassin, 2009, p. 57).

Abordagens inspiradas em Foucault (1984, 1990, 2009), como essas propostas por Butler e Fassin nos levam a argumentar que o governo biopolítico dos corpos coletivos, e especificamente no caso aqui discutido acerca da sexualidade e do gênero, envolve a produção de narrativas, argumentos e enunciados que passam a traçar distinções entre modos de vida considerados dignos e aqueles amplamente percebidos como menos-prezáveis. Foucault (2009) ressalta que os discursos estão condicionados por enquadramentos históricos de entendimento e interpretação – sendo, portanto, constituídos por relações de poder. Ele questiona a capacidade do discurso de problematizar injustiças e traduzir experiências, considerando que os próprios discursos são historicamente instituídos, perpassados por constrangimentos, assimetrias e modos de julgamento amplamente partilhados. E são eles que preparam as arenas nas quais os agenciamentos dos sujeitos (e os próprios sujeitos)

13 O conceito de biopolítica aparece em 1976, utilizado por Michel Foucault no primeiro volume da *História da Sexualidade*. Inicialmente, Foucault (1990) nos explica a transição do poder soberano (que faz morrer e deixa viver) para o biopoder (que faz viver e deixa morrer): trata-se de dois regimes, duas concepções de morte, da vida e do corpo. Nas sociedades governadas pelo poder soberano, vigorava “o direito de apreensão das coisas, do tempo, dos corpos e, finalmente, da vida: culminava com o privilégio de se apoderar da vida para suprimi-la” (Foucault, 1990, p. 128).

tomam forma. Para ele, as condições historicamente situadas de produção dos discursos e seus enquadramentos não determinam um sujeito acrítico, mas orientam o que o sujeito faz e o modo como faz. O que está em questão são as governamentalidades, ou seja, as técnicas e formas de racionalidade que organizam os modos de ser e fazer coisas, de um lado, e a liberdade de agir e modificar as regras do jogo (ainda que parcialmente), de outro lado.

Nesse sentido, o que estamos chamando de enquadramento biopolítico é uma técnica de governo ou de governamentalidade que formata as cenas de aparência, preparando-as para definir sujeitos e grupos exemplares, considerados como parâmetro, cujo projeto e modo de vida é tido como antítese do desvio e de existências moralmente julgadas como indignas de consideração e apreciação. No que se segue, tentaremos aproximar essa reflexão de um acontecimento cujo quadro de sentido contrapõe o processo de construção de um sujeito político autônomo à sua captura biopolítica pelo discurso midiático.

No final de 2017, uma matéria publicada em *El Estornudo*, escrita

pelo cubano Jorge Carrasco, recebe o prêmio de jornalismo Gabriel García Márquez, legitimando assim a emergência de novos modos de contar Cuba. O texto de Carrasco é a história do travesti mais famoso da cidade de Havana, mas é também uma história de exclusão social e discriminação sofrida por muitos cubanos que não cumprem os parâmetros ou expectativas da sociedade “revolucionária”. O texto *História de um pária* narra a vida de Raúl Pulido (cubano nascido em 1965), uma criança maltratada e abandonada por seu pai, e condenada a escolas que pretendiam “curar” os problemas de conduta afeminada do menino de nove anos. Em pouco tempo, o adolescente desprezado por todos ganhou fama ao irromper em espaços públicos vestido de mulher, foi batizado popularmente como Farah Maria (popular diva cubana), e se tornou uma celebridade no melhor e no pior sentido da palavra. Várias multas e temporadas na cadeia por “ostentação pública” (se vestir e se maquilhar de mulher) e outros delitos (reais ou presumíveis); uma longa lista de maridos; duas experiências de quase morte; mais de sessenta perucas;

uma fama que levou a Fara perto tanto da Beyonce quanto de Mariela Castro (filha do presidente Raúl Castro); uma doença de HIV e muitos outros episódios compõem essa história de um pária, que é a história dos desacoplados.

Negra, homossexual e pobre, Farah possuía todas as condições para ser um pária social na nova Cuba que estava-se construindo. Um país edificado sob a ilusão das inclusivas promessas que juraram os homens fortes, os homens de campo que fizeram a Revolução, e que consentiram a institucionalização paulatina da homofobia na Ilha (Carrasco, 2016, tradução própria)¹⁴.

Dessa forma, a história de Farah resgata da escuridão uma memória coletiva não contada, aquilo que não pode ser dito, mas que faz parte da história recente de um povo e que, de alguma forma, impacta na configuração

14 Carrasco, J. (2016). História de um pária. *El Estornudo*, 25 de abril. Disponível em: <https://www.revistaelestornudo.com/historia-de-un-paria/>.

da política nacional hoje. O sujeito individual, por fim, começa a se reconhecer em uma diversidade social que havia sido diluída em discursos homogeneizantes. A narrativa hiperbólica que rodeia a história de Farah não é mais do que outra manifestação dos monstros que o sonho da Revolução produziu (López-Labourdette, 2015).

O enquadramento dispensado a Farah possui suas dimensões biopolíticas atreladas a esquemas de valorização moral que nos induzem a diferenciar as vidas que podemos considerar dignas daquelas que não merecem aprovação. Os termos, categorias, convenções e regras gerais que agem sobre os dispositivos de enquadramento conseguem modelar um indivíduo, de acordo com Butler (2011), em sujeito digno de reconhecimento em sua apreensão sensível, ou seja, uma forma de conhecimento associada à percepção. Esse tipo de reconhecimento não deixa de lado a justiça, as normas e as instituições, mas as problematiza pela tentativa de desvelar o que Fassin (2010, p. 106) chama de economia moral. Para ele, o governo dos seres humanos tem por

base “as práticas de avaliação moral e ética exercidas, de modo subreptício mas decisivo, sobre as vidas: trata-se de julgar as existências e de apreciar o que valem” por meio da criação de normas, regras e padrões raramente enunciados abertamente. Segundo ele, desvelar as economias morais depende de saber como funcionam as regras que tornam certos sujeitos dignos de apreciação positiva, enquanto outros são insistentemente desqualificados e reduzidos ao ostracismo e à liminaridade abjeta.

O problema, segundo Butler (2015, p. 20), “não é somente saber como incluir mais pessoas dentro das normas existentes, mas de examinar como as regras existentes atribuem desigualmente o reconhecimento”. Ela argumenta também que o enquadramento é configurado como ideia organizadora central no processo de construção discursiva de um problema público e dos públicos que, via debate, tensionam suas múltiplas dimensões.

Nesse sentido, e retomando a concepção de Dewey ([1937], 1998) sobre a transformação social em direção a ideia democrática, é preciso repensarmos como os públicos se constituem

coletivamente a partir de um comum, como articulam demandas e soluções a seus problemas, não apenas como seres pensantes, mas também em sua dimensão corpórea. De acordo com Butler (2016), o sujeito plural, “nós, o povo”, não pressupõe fazer uma unidade, mas encontrar ou instituir um grupo de debates sobre quem são essas pessoas e o que elas querem. Significa, assim, que as condições para o regime democrático dependem finalmente do exercício da soberania e da autonomia popular, mas esta nunca existe completamente apenas dentro de uma ordem democrática particular. A autora vai dizer que a soberania popular é uma forma de auto constituição reflexiva (portanto intersubjetiva) que se separa do mesmo regime representativo que ela legitima, de forma que “o povo” é constituído no curso de sua ação performativa, uma ação que se encontra fora do poder eleitoral (embora o legitime ao mesmo tempo).

Ao falarmos em crise política, democracias frágeis, ou mesmo em transformações rumo a sistemas sociais mais democráticos, talvez seja profícuo entendermos essa ordem social como resultado do tecido das diversas

relações humanas que compõem, afinal, a própria institucionalidade. Na luta contínua por transformações no campo político, como apontado por Mouffe (1995), “o político” não pode ser mais entendido como localizado em determinado tipo de instituição ou como parte de uma esfera da sociedade. Ao invés disso, o político deverá ser compreendido como uma dimensão inerente das práticas humanas. Isso não elimina, de maneira alguma, o conflito natural existente nas relações sociais, mas convida a pensar como são construídas no cenário simbólico as figuras do povo, a massa, o proletariado; e como esses discursos impactam na consolidação de valores comuns em meio à pluralidade almejada pelos ideais democráticos.

Considerações finais

A reflexão aqui desenvolvida procurou mostrar que uma das facetas do governo biopolítico dos corpos atua justamente na produção de enquadramentos que valorizam a emancipação preservando, ao mesmo tempo, o controle sobre as possibilidades de ser e existir em sociedade. Podemos nos

perguntar, então, que tipo de autonomia é atribuída aos indivíduos estigmatizados por seu gênero, classe social e raça em Cuba? É uma autonomia que enfrenta de fato a violência do enquadramento midiático, ou resulta de um falso reconhecimento das possibilidades de emancipação desses indivíduos? As políticas sociais do governo e suas narrativas propagandísticas e jornalísticas emancipam sujeitos trans (biopotência) ou acentuam formas de controle e desigualdade através de discursos que dão a ideia de valorização e protagonismo, mas que não reduzem os empecilhos à auto-realização (biopolítica)?

A nosso ver, os discursos e seus diferentes enquadramentos produzidos institucionalmente, ao conduzirem condutas, configuram uma forma de governamentalidade neoliberal que estrutura o eventual campo de ação de sujeitos estigmatizados. Por isso, o seu aparecer envolve uma operação delicada de questionar o enquadramento, ou seja, interpelá-lo em busca das fissuras que nos indicam que a moldura não consegue determinar de forma precisa o que vemos, pensamos, reconhecemos e apreendemos. Além

disso, o enquadramento que torna sujeitos marginalizados visíveis nos discursos midiáticos geralmente contribui para intensificar sua precariedade e apagamento.

Explorar as formas discursivas midiáticas que acentuam a desaparecimento do sujeito como ator político autônomo consiste em buscar indícios de resistência, de revelações que possam evidenciar como as pessoas enquadradas encontram modos de dificultar o legendamento de seus rostos e corpos, criando hiatos, dissonâncias e dissensos entre seu “aparecer” e o registro narrativo (visual e verbal) de sua exposição.

A busca por reconhecimento e autonomia não pode ser entendida como uma questão de políticas gerenciais e sociais do governo, mas, sobretudo, como invenção de uma cena polêmica de aparência e agência, de apropriação e cuidado dessa exposição por meio da qual se inscreve o gesto, a palavra e o corpo do sujeito falante, e na qual esse sujeito é constituído por meio de enquadramentos que promovem a conexão e a desconexão entre os múltiplos nomes e modos de apresentação de si que o definem (Marques

& Herrera, 2016). Argumentamos que o questionamento aos enquadramentos biopolíticos pode ser construído a partir de uma problematização acerca da autonomia política e dos modos de seu cerceamento tanto nos regimes neoliberais quanto nos regimes de transição, como é o caso de Cuba.

A agência e o protagonismo dos sujeitos carecem de autonomia quando suas preferências e escolhas são determinadas por componentes situacionais, contextuais, políticas, culturais e relacionais que escapam a seu controle (Oshana, 2003). É importante, nesses casos, sempre considerar os contextos e as assimetrias de recursos e de oportunidades que atravessam as escolhas dos sujeitos. Para definir a autonomia, não se considera apenas uma distinção entre escolhas voluntárias e coercitivas, como se entre elas não houvesse toda uma gama de questões que as entrelaçam. As escolhas não são feitas de modo isolado e isento de intervenções externas, mas constituem uma trajetória interligada à definição e redefinição constantes de quem somos (Biroli, 2015, 2016).

Escolhas são feitas em situações de restrição, coação e constrangimento,

mas isso não significa que as pessoas deixam de agir e tomar decisões de modo próprio ou que não produzam resistências diante dos códigos e quadros de sentido dominantes. Contudo, nem sempre a consideração das fronteiras entre livre decisão e constrangimentos reflete a complexidade dos elementos em jogo quando se trata de falar das interfaces entre autonomia e opressão. Existem arranjos variados no processo de construção da autonomia (Biroli, 2012; 2013), e todos eles, em alguma medida, servem-se de táticas e bricolagens que retiram palavras e objetos da posição em que estão inseridos no quadro consensual sensível definido por uma rede dominante de significações, dificultando seu lugar e seu registro no sistema de coordenadas policiais onde habitualmente se localizam.

Acreditamos em uma concepção de autonomia que se caracteriza primeiro como princípio democrático que zela pela proteção contra violências e ameaças à integridade física e moral dos indivíduos. Segundo, como um processo relacional, que evidencia a interdependência dos sujeitos na busca pela auto-realização e realização

de projetos pessoais e coletivos. Nesse sentido, a autonomia abrange a capacidade do sujeito de decidir por sua própria vida e de falar por si mesmo a partir de uma linguagem e de códigos próprios (muitas vezes partilhados na construção de bases comuns para a identificação, a empatia e a nomeação de danos), sem apagar a potencialidade autonômica de gestos, experiências e ações presentes no modo como lutam cotidianamente para assegurar existências, vínculos e agenciamentos, reconfigurando tanto as vulnerabilidades, quanto as redes materiais e culturais que tornam possíveis seus modos de vida.

Por fim, o caso do enquadramento conferido a Farah nos remete ao modo como questões identitárias e de gênero atravessam o processo de constituição do sujeito político autônomo. Quando preconceitos de gênero são acionados, como pensar um sujeito político que possa contar com quadros de sentido que possibilitem a ruptura com identidades impostas e invenção de novos modos de ser? A autonomia política requer o distanciamento da ordem discursiva que nos designa uma posição no mundo e, assim, determina nossas

possibilidades de ação e existência. Seria preciso problematizar os enquadramentos que atrelam os sujeitos a identidades sociais impostas e que encarnam o conjunto de codificações, instituições, leis, normas, regras e códigos que determinam as maneiras consensuais de comportamento ligadas à posição social que ocupamos. Sob esse aspecto, identificar e desnaturalizar os enquadramentos biopolíticos é um gesto ético que reconfigura nossa relação moral com o mundo e com os outros. O sujeito político se orienta, ao mesmo tempo, eticamente (por meio de seus pertencimentos, de suas crenças e de suas experiências) e moralmente (por meio da busca de uma conexão com os outros e da produção de relações de justiça).

As questões de gênero certamente ocupam um lugar central na construção de um sujeito político que articula continuamente as suas experiências individuais com as experiências coletivas. Trata-se de nos indagarmos acerca de como criar passagens entre a autorrealização dos sujeitos e as transformações urgentes a serem feitas na ordem consensual que torna a desidentificação uma necessidade constante.

Contudo, a governamentalidade neoliberal que vem tomando corpo nas relações políticas em Cuba requer a precariedade como modo de vida, como princípio organizador e controlador por meio do qual se enraízam práticas biopolíticas que cerceiam a autonomia.

REFERÊNCIAS

- Armony, A. (2003). Civil Society in Cuba: A Conceptual Approach. In M. Crahan (ed.) *Religion, Culture, and Society: The case of Cuba* (pp. 36-52). Washington, D.C: Woodrow Wilson Center Reports on the Americas.
- Biroli, F. (2012). Agentes imperfeitas: contribuições do feminismo para a análise da relação entre autonomia, preferências e democracia. *Revista Brasileira de Ciência Política*, 9, 7-39.
- Biroli, F. & Miguel, L. F. (2015). Gênero, raça, classe: opressões cruzadas e convergências na reprodução das desigualdades. *Mediações*, 20(2), 27-39.
- Biroli, F. (2013). Autonomia, opressão e identidades: a resignificação da experiência na teoria política feminista. *Revista Estudos Feministas*, 21, 81-105.
- Biroli, F. (2016). Autonomia, preferências e assimetria de recursos. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 31(90), 39-57.
- Butler, J. (2015). *Quadros de guerra: quando a vida é passível de luto?* Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Butler, J. (2011). Vida precária. *Contemporânea*, 1, 13-33.
- Butler, J. (2016). “We, the People”: Thoughts on Freedom of Assembly. In A. Badiou et al. *What is a People?* (pp. 49-64). New York: Columbia University Press.
- Chaguaceda, A. (2010). La campana vibrante. Intelectuales, esfera pública y poder en Cuba: balance y perspectivas de un trienio. *Contracorriente*, 7(3), 323-360.
- Damas, M.A, Pérez, Z. C. & Vicente, B. R. (2017). Familia homoparental en Cuba: una realidad no contada. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 135, 89-104.
- Dewey, J. ([1937] 1998). Democracy is radical. In Hickman, L. A. Hickman & T. Alexander (eds.), *The Essential*

- Dewey, vol. 1: *Pragmatism, Education, Democracy* (pp. 337-339). Bloomington: Indiana University Press.
- Díaz, E. (2014). Derechos sexuales en Cuba: del silencio a la red. *Dissertação de Mestrado*. Facultad de Comunicación Social, Universidad de La Habana.
- Fassin, D. (2009). Another politics of life is possible. *Theory, culture & society*, 26 (5), 44-60.
- Fassin, D. (2010). Évaluer les vies : essai d'anthropologie biopolitique. *Cahiers internationaux de Sociologie*, 128, 105-115.
- Foucault, M. (1990). *História da Sexualidade, v.1, A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal.
- Gramsci, A. (1967). *La formación de los intelectuales*. México: Grijalbo.
- Foucault, M. (2009). *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal.
- Foucault, M. (1984). *Vigiar e Punir*. Rio de Janeiro: Vozes.
- Guevara, E. (1965). *El socialismo y el hombre en Cuba*. Retirado de: <https://goo.gl/U7ayW5>, em 24/06/18.
- Heredia, F. M. (2017). *Cuba en la encrucijada*. La Habana, Cuba: Editora Política, Ruth Casa Editorial.
- Hernández, E. B. R. & Herrera, A. P. (2017). Desarrollo, alternativas y cambio social desde la comunicación: una mirada al observatorio crítico de Cuba. *Commons. Revista de comunicación y ciudadanía digital*, 6, 148-165.
- Herrera, A. P. (2016). *A mídia religiosa na esfera pública em Cuba: o papel desempenhado pela revista Espaço Laical*. *Dissertação de Mestrado*. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais.
- Hoffmann, B. (2011). Civil society 2.0? How the Internet changes state-society relations in authoritarian regimes: The case of Cuba. *GIGA WorkingPaper*, 156. Retirado de: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1763846.
- López-Labourdette, A. (2015). El sueño de la revolución produce monstruos. Cuerpos extra/ordinarios y aparato biopolítico en “La sombra del caminante” (Ena Lucía Portela, 2001). *Mitologías hoy*, 12, 31-50.
- Marques, A. & Herrera, A. (2016). O sujeito político e o espaço público cubano atual a partir do pensamento de Jacques Rancière. *Comunicação Pública*, 11, 1-25.
- Miskulin, S. C. (2002). A Política Cultural no Início da Revolução Cubana: o caso do suplemento cultural Lunes de Revolución. *Revista Outubro*, 6, 77-90.
- Miskulin, S. C. (1998). Cultura e política em Cuba: os debates em Lunes de Revolución. In *Anais Eletrônicos do III Encontro da ANPHLAC* (pp. 77-90). São Paulo: USP. Retirado de: <https://goo.gl/eEF2jV>, em 12/06/2018.
- Mouffe, C. (1995). Politics, democratic action, and solidarity. *Inquiry*, 38 (1-2), 99-108.
- Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI). (2017). Capítulo 17: Tecnología de la información y las comunicaciones. In *Anuario estadístico de Cuba 2016*. Retirado

de: <http://docplayer.es/61177552->
-Anuario-estadistico-de-cuba-
-2016-capitulo-17-tecnologia-de-la-
-informacion-y-las-comunicaciones.
html.

Oshana, M. (2003). How much should we
value autonomy? *Social Philosophy
& Policy*, 20 (2), 99-126.

Somohano A. & Leyva, A. (2008). Los
intelectuales y la esfera pública
en Cuba: el debate sobre políticas
culturales. *Temas*, 56, 44-55.

Tahbaz, J. (2013). Demystifying las UMAP:
The Politics of Sugar, Gender, and
Religion in 1960s Cuba. *Delaware
Review of Latin American Studies*,
14 (2), 1-17.

Valdés, J. (2009). *El espacio y el límite*. La
Habana: Ruth Casa Editorial.

O filme ‘A bela do palco’ (Stage Beauty) –

uma abordagem revisionista

The film ‘Stage Beauty’ – a revisionist approach

Helza Ricarte Lanz

Professora do Departamento de Ciências Sociais
e Educativas da Universidade de Colônia
hricartl@uni-koeln.de

ORCID: 0000-0002-6739-2868

Juliane Noack Napoles

Professora do Departamento de Ciências Sociais
e Educativas da Universidade de Colônia
juliane-noack@hotmail.com

ORCID: 0000-0003-1338-6662

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_5

Resumo

Este artigo tem como objetivo discutir as questões de identidade e papéis de gênero observadas no filme *A Bela do Palco* (Stage Beauty, 2004) a partir da perspectiva teórica *queer*. Propomos essa discussão focalizando nas experiências dos personagens principais do filme, Ned Kynaston, ator especializado em interpretar papéis femininos, e Maria, sua camareira e aspirante à atriz, considerando a relação desses dois personagens com a alteração na lei relativa à interpretação de papéis femininos no teatro inglês do século XVII. Para tanto, na primeira parte do artigo, apresentamos conceitos básicos de uma perspectiva teórica *queer*, para então aplicá-los a algumas cenas do filme e a uma discussão mais ampla da problemática presente em *A Bela do Palco*.

Palavras-chave: identidade de gênero; papéis de gênero; heteronormatividade; binaridade dos gêneros; teoria *queer*.

Abstract

This paper aims to discuss gender identity and gender roles issues encountered in the movie *Stage Beauty* (2004) from a queer theoretical framework. This discussion is carried out by focusing on the experiences of the two main characters in the movie: Ned Kynaston, an actor who is specialized in playing women parts, and Maria, his dresser, who intends to become an actress. We consider the relationship between these two characters with the changes in the law related to women roles in the British theater in the XVII century to discuss gender identity and gender roles issues. In order to do that, we present some concepts based on a queer perspective in the first part of the article and then use them to analyze some specific scenes taken from the movie and to present a wider problematic found in *Stage Beauty*.

Keywords: gender identity; gender roles; heteronormativity; binary genders; queer theoretical perspective.

Introdução

“Então... Quem é você agora?” “Eu não sei. Eu não sei” (01:41:35 – 01:42:00) e Maria e Ned se olham profundamente nos olhos. Assim termina o filme *A Bela do Palco*, do diretor Richard Eyre, que conta a história do teatro londrino nos anos de 1660. No filme, é tematizada a lei referente às produções teatrais da época, que ditava que mulheres não eram permitidas contracenar nos palcos e, por isso, os papéis femininos deviam ser assumidos por homens. Essa regra foi revogada pelo Rei Charles II, por influência de sua amante, culminando em uma nova proibição: os papéis femininos não poderiam mais, de forma alguma, ser interpretados por homens. O filme conta a história de Ned Kynaston e de sua camareira, Maria. Ned, ator especializado em interpretar papéis femininos, que foi fortemente afetado pela proibição do rei. Por outro lado, Maria, que já interpretava o papel preferido de Ned – a Desdêmona, em *Otelo* – em pequenos teatros de periferia, passou a poder interpretá-lo nos teatros oficiais, após a promulgação da nova lei. Até então, a moça havia copiado de Ned a forma de interpretar

Desdêmona e, com a nova lei, Maria não conseguia mais obter sucesso na atuação, uma vez que não tinha mais o modelo de Ned para seguir, o que culminou, por fim, na necessidade de Maria aprender com Ned a interpretar o papel feminino no teatro.

A etimologia da palavra teatro provém do verbo grego “Thea”, olhar com interesse, e “tron”, donde. Significa, pois, local de onde se contempla, bem como, lugar onde transcorre a ação. Não podemos desconsiderar a teatralidade presente no filme “A bela do palco”. Muito pelo contrário, é na mistura cênica de romance, comédia e drama ambientada no século 17 que podemos ver e perceber o embate entre uma velha escola de teatro de homens fazendo os papéis femininos versus uma mulher interpretando a personagem. No teatro, há três elementos essenciais: o ator/a atriz, o texto/a narrativa e o público/a platéia. É na conjugação dessa tríade que o teatro acontece. A relação intrínseca entre os diversos elementos presentes no teatro – narrativa, interpretação, cenografia, figurino, sonoplastia, iluminação, platéia – cria e transforma o espaço cênico para que artistas se expressem,

através de suas interpretações, questões atuais da sociedade. Ir ao teatro é, há milênios, uma atividade prazerosa de ver e escutar histórias e narrativas. Dele derivam o cinema e o filme. Para além desses fatores, o teatro é uma forma de transmitir valores através da representação e das narrativas.

Sexualidade, questões de gênero e de papéis são centrais no filme *A Bela do Palco*. É possível imaginar o quanto a mudança na lei foi problemática, na época, para alguns homens, já que as mulheres que não tinham permissão para contracenar no teatro, passaram a tê-la. É interessante questionar os motivos dessa dificuldade – além, obviamente, da perda do emprego por parte dos homens que contracenavam em papéis femininos. Quais outras implicações e significados sociais podemos contemplar ao ver a ascensão de Maria e a decadência física, moral e artística de Ned? Que valores se fortalecem com as representações explicitamente femininas para as mulheres e masculinas para os homens? A ambigüidade dos personagens e do teatro dão lugar a um novo discurso, por exemplo, quando o Duque de Buckingham (Ben Chaplin), amante de

Ned, abandona o ex-ator para se casar. Observa-se ao longo do filme um recorte entre um discurso imposto e um recusado, onde ao dizer algo, outros sentidos possíveis, mas indesejáveis em uma situação discursiva dada é silenciada, apagada. Quais são e como são exercidas as formas de controle e interdição da fala? Que sentidos estão sendo produzidos? Quem são os sujeitos e para quem estão falando?

O objetivo desse artigo é incitar reflexões acerca das relações de gênero presentes no filme “A bela do palco”, a partir de uma perspectiva teórica queer. Buscamos estabelecer um recorte e historicizar os sentidos de sexualidade e gênero que estão sendo articulados e produzidos – não apenas no filme, mas também nas nossas relações sociais –, analisando as estratégias discursivas que os consolidaram.

A primeira parte do texto aborda conceitos relevantes do quadro teórico queer, seguida pelos procedimentos metodológicos, apontando as quatro características da heteronormatividade que constituem os nossos instrumentos de análise. A escolha desse referencial teórico dá-se pelos

questionamentos revisionistas que buscam desnaturalizar o que parece ser natural nas questões de gênero. As quatro características nos orientam metodologicamente nas escolhas das falas do filme. Na terceira parte, aplicamos essas características na análise desses diálogos que extraímos do filme. Por fim, problematizamos os conceitos de identidade e de papéis de gênero enquanto um sofisticado dispositivo social heteronormativo. Concluimos que ao desconstruir prerrogativas naturalistas sobre sexualidades e gêneros, abrimos espaços para novas formas performativas de vermos e estarmos no mundo.

Quadro teórico queer

Na base das principais formulações *queer*, situa-se a teoria do poder de Michel Foucault que problematiza o binômio sexo/natureza através de seus escritos como a História da Sexualidade (três tomos), especialmente em *A vontade de saber*. Os princípios da análise foucaultiana a respeito da sexualidade, a relação entre poder e saber e os discursos em diferentes áreas do conhecimento nos propiciam

uma familiarização com o quadro teórico queer. Segundo o autor, não seria o sexo biológico que definiria as práticas sexuais, mas ao contrário: os discursos sobre sexo e sexualidade definem o que se pensa sobre o sexo como algo biológico. O trajeto analítico de Foucault sobre a sexualidade parte da premissa que os discursos sobre sexualidade estão sempre ligados a um outro conceito – o da diferença e o da identidade. A diferença produz padrões, modelos, regras de como agir, isto é, a identidade. A diferença é processo de subjetivação: ensina modos de ser e de agir. Dessa forma, a diferença produz a identidade e é fruto de relações de poder. Este poder se manifesta na identificação dos corpos, no incentivo e na proliferação de práticas sexuadas consideradas lícitas e este binarismo acaba por legitimar a hegemonia.

A partir das obras genealógicas de Foucault, entre outros autores pós-estruturalistas, diversas teóricas e teóricos *queer* propõem desconstruir, descentralizar e fazer leituras revisionistas de conceitos naturalizados como a sexualidade, identidade e gênero. Para uma genealogia da relação

poder-sexo, Michel Foucault propõe duas chaves conceituais: o dispositivo da sexualidade e a *scientia sexualis*. Por dispositivo da sexualidade, Foucault entende um conjunto de práticas, instituições e conhecimentos. Podemos entender que as práticas discursivas contribuem para a construção do dispositivo, constituindo sujeitos e organizando-os. Os discursos geram, produzem a realidade, já que, na sua concepção, o poder é sempre positivo e produtivo. Por *scientia sexualis*, Foucault entende um conjunto de regras que disciplinam os saberes: a medicina e a biologia da reprodução humana, bem como, as formas de regulamentação da sexualidade. Esses são mecanismos de poder sobre o corpo: o que se pode falar e pensar, assim como o que se deve calar e silenciar sobre sexo. Um regime do corpo e da sexualidade através da definição dos papéis sexuais para homens e mulheres normatiza comportamentos e define as suas periferias – as anomalias, as patologias, as perversões.

Seguindo o modo de análise genealógico de Foucault, Judith Butler (2003), uma das fontes principais para os estudos *queer*, traz novas reflexões

sobre as questões de sexualidade e gênero. Segundo a autora, a socialização e a educação em geral se constroem sobre proibições e afirmações. Há uma pedagogia dos gêneros que objetiva preparar sujeitos para a vida referenciada na ideologia da complementaridade dos sexos. Analisa-se, classifica-se, especifica-se, administra-se as práticas sexuais. As sexualidades são socialmente, historicamente, culturalmente, isto é, performativamente produzidas. Conforme sugere Judith Butler, a performance de gênero seria uma produção ritualizada:

(...) atos, gestos e desejo produzem o efeito de um núcleo ou substância interna, mas o produzem na superfície do corpo, por meio do jogo de ausências significantes, que sugerem, mas nunca revelam, o princípio organizador da identidade como causa. Esses atos, gestos e atuações, entendidos em termos gerais, são performativos, no sentido de que a essência ou identidade que por outro lado pretendem expressar são fabricações manufaturadas e sustentadas por signos corpóreos e outros meios

discursivos. O fato de o corpo gênero ser marcado pelo performativo sugere que ele não tem status ontológico separado dos vários atos que constituem sua realidade (Butler, 2003, p. 194).

O termo *queer* é dinâmico, multifacetado e representa “uma discussão crítica sobre identidade e poder, no campo temático ‘Sexualidade e Gênero’” (Hartmann, 2013, p. 267). O objetivo dos estudos *queer* é revelar, através de análises revisionistas, que a ordem social estabelecida é baseada no binarismo masculino/feminino, resultando na oposição heterossexualidade/homossexualidade (Degele, 2005). São criticadas as normas relativas ao gênero e à sexualidade, as quais normalizam o uso de conceitos ligados a um dito binarismo natural de gênero e de sexualidade, que é considerado, na perspectiva *queer*, tanto irrefletido, quanto ignorante (Ricarte Lanz/Noack Napoles, 2018). Segundo Mörth, a teoria *queer* “é uma teoria que se posiciona contra toda construção e norma identitária que seja reguladora” (Mörth, 2005, p. 39). No entanto, os estudos *queer* não compreendem

apenas uma simples expansão teórica sexual das pesquisas de gênero: eles perseguem o objetivo de reconstrução da “gênese e do efeito de poder da normalidade e dos processos de normalização através de instituições e regulamentações e da significação de sexualidade a eles ligada” (Degele, 2005, p. 17). O conceito central que se estabeleceu nesse contexto foi o da heteronormatividade (Degele, 2005; Hartmann, 2012; Klapeer, 2015; Wagenknecht, 2004), através do qual é possível focar o interesse de conhecimento na heterossexualidade como princípio organizador político-social. A partir de Michael Wagner, que cunhou este conceito, Junqueira afirma que

a heteronormatividade ou norma heterossexual refere-se a um arsenal de valores, normas e dispositivos por meio do qual a heterossexualidade é instituída como a única possibilidade legítima e natural de expressão identitária e sexual [...]. A heteronormatividade se fundamenta na crença da divisão binária e ‘natural’ dos sexos (‘dimorfismo sexual’): surgem aí sexos

‘opostos’, correspondentes a gêneros distintos, também, definidos de maneira binária” (Junqueira, 2010, p. 124).

Wagenknecht (2004) mostra, além disso, que a heteronormatividade impõe às pessoas, na forma binária de corporalidade e gêneros socialmente distintos, uma atração sexual direcionada ao sexo oposto. Assim sendo, a heteronormatividade age como uma categoria a priori de compreensão, define e gera um conjunto de normas comportamentais, regula a produção de conhecimento, estrutura os discursos, orienta as ações políticas, determina a distribuição de recursos e atua como modo de atribuição na divisão de trabalho. Ele esclarece que a heteronormatividade empurra ou obriga uma divisão dos seres humanos na forma binária de dois sexos, corporal e socialmente claramente distintos entre si, cuja atração sexual é direcionada ao sexo oposto. Sendo assim, essa divisão funciona como uma categoria apriorística de compreensão, à medida que define e gera um conjunto de normas de comportamento e regula a produção de conhecimento, além de

estruturar discursos, orientar negociações políticas, definir sobre a divisão de recursos e servir como forma de atribuição de atividades na divisão do trabalho (Wagenknecht, 2004). Os dois fundamentos nos quais a heteronormatividade se baseia são, primeiro, que o ser humano é naturalmente organizado em dois sexos e, segundo, que se relacionam um com o outro heterossexualmente. Baseada nesses pressupostos, Nina Degele sugere a seguinte definição:

Heteronormatividade é um esquema de percepção, ação e de pensamento organizado binariamente que, como instituição social fundamental, contribui e deve contribuir para a naturalização dele mesmo e para a redução de complexidade através de uma naturalização biforme de sexos e da heterossexualidade (Degele, 2005, p. 19).

Degele diferencia analiticamente dois aspectos: (1) o aspecto estrutural da heterossexualidade e binaridade dos sexos e suas significações para as instituições sociais, cuja eficácia dá-

-se pela *naturalização, inconsciência e institucionalização* e (2) o aspecto funcional que foca os efeitos da heteronormatividade, sobretudo pelo mecanismo da simplificação e redução de complexidade que facilita nossa orientação no mundo. Disso resultam quatro características da heteronormatividade: 1. Naturalização – uma vez que a heteronormatividade é o resultado de processos sociais de normalização, a heterossexualidade e a binaridade dos sexos são naturalizadas, ou seja, parecem existir naturalmente (Degele, 2005). 2. Inconsciência – os valores e as normas ligados à heteronormatividade não são conscientes para os sujeitos envolvidos. Consequentemente, a heteronormatividade é “socialmente internalizada, produz uma realidade orientada estrategicamente e marca também os corpos, sem que as estratégias produzidas a partir delas atinjam a consciência” (Degele, 2005, p. 20). 3. Institucionalização de estruturas – a heteronormatividade consagra-se tanto nos indivíduos (mental- e fisicamente), como nas estruturas sociais. 4. Redução de complexidade – a heteronormatividade não se manifesta somente nas regulamentações institucionais,

mas também na comunicação social (Degele, 2005).

Aspectos metodológicos

Antes de qualquer procedimento metodológico, foi importante para as pesquisadoras perceber a posição de sujeito das mesmas. Ora, se todos os sujeitos são afetados pela historicidade, pelos discursos e pela cultura, é evidente que as pesquisadoras também o são. Buscamos assim ativamente afastar nossos preconceitos, senso comum e crenças pessoais numa espécie de “vigilância” epistemológica (Bachelard, 1996). Para isso, instadas a trabalhar os recortes e as interpretações a partir de um referencial teórico queer, foi necessário nos situar numa posição deslocada, guiadas pela vontade de exercer um estranhamento metodológico característico das pesquisas queer.

Num primeiro momento, escolhemos o filme “A bela do palco”, porque esse objeto empírico nos permite perceber com clareza as questões da pesquisa. Além disso, o recorte temporal que o filme nos oferece é longo o suficiente para fornecer elementos

relevantes para o estudo. Assim, assistimos ao filme sem uma intenção de observação dialogada. Fizemos um resumo sobre a história do filme, um apanhado geral, sem nos preocupar com maiores detalhes. Deixamos a análise e a discussão dos dados para um momento posterior. Conversamos sobre os resumos que cada pesquisadora havia elaborado. Discutimos sobre como selecionar as falas no filme para mostrar o funcionamento do dispositivo da heteronormatividade. Definimos que, para o nosso estudo, aplicaríamos as quatro características, acima descritas, como critérios de escolha para o mapeamento dos segmentos do filme para transcrição e análise, a saber: 1) naturalização; 2) inconsciência; 3) institucionalização; 4) redução de complexidade (Noack Napoles, 2017; Ricarte Lanz & Noack Napoles, 2018).

Nesta etapa, houve um movimento contínuo de ir e vir sobre o filme, nosso objeto de estudo. Assistimos ao filme repetidas vezes, segmentamos as diversas cenas, transcrevemos os segmentos e interrogamos o filme. Esse processo de visualização e escuta foi crucial. Nesse momento,

deixamos o objeto falar e se mostrar. Foi importante distinguir o filme em sua historicidade, o que exigiu das pesquisadoras um posicionamento teórico para perceber a complexidade discursiva, a articulação dos sentidos e os modos de funcionamento das falas em análise.

As unidades de análise são recortes definidos pelas pesquisadoras. Buscamos assegurar que as falas transcritas sejam material suficiente para evidenciar o funcionamento ordinário discursivo: partimos do filme para analisar o que lhe é anterior e exterior, isto é, aquilo que se encontra engendrado por uma realidade social maior.

Análise do filme *A Bela do Palco* na perspectiva teórica *queer*

Em 1660, quando era proibida a atuação de atrizes nos palcos ingleses, Ned Kynaston (Billy Crudup) é considerado a mulher mais bela dos palcos. Desde jovem, foi treinado a interpretar mulheres. Mas o rei Carlos II (Rupert Everett) altera a lei, o que acaba com a carreira de Ned.

Foucault na sua análise genealógica, mostra que a partir do século XVI há uma proliferação dos discursos sobre sexo, sexualidade e práticas sexuais. As características sexuais, a fertilidade e a população constituem para Foucault o dispositivo da sexualidade (Foucault, 1977, p. 61). No decorrer da institucionalização discursiva da sexualidade, um poder específico torna-se eficaz: a regulamentação e a normatização do binarismo sexual. Esse poder associa-se aos saberes e conhecimentos sobre o corpo, conhecimentos da biologia e da medicina que condensam as categorias com as quais os indivíduos podem se identificar. O resultado da eficácia desse poder normatizador dá-se pela redução de complexidades (característica 4): ou se é homem, ou se é mulher. Aquilo que não se encontra dentro das normas, isto é, o que não é identificável, é visto como patológico, anormal. Não se trata de aqui de negar as diferenças sexuais e corporais entre homens e mulheres, mas de compreendê-las como relações sociais e de poder que produzem hierarquias e dominação.

Segundo Reckwitz, o filme *A Bela do Palco* representa o ápice estético-

-dramático de uma época histórico-cultural específica: o nascimento do sujeito moderno – mais especificamente, cristaliza-se uma versão moderna burguesa do sujeito que emerge do (ou em contradição ao) tipo aristocrático do sujeito palaciano. Ele destaca que o filme apresenta o estranhamento ocorrido na modernidade burguesa frente à então ordem do sujeito, através do contraste desta com a vívida cultura aristocrata (Reckwitz, 2012). Esse estranhamento refere-se justamente à heteronormatividade que é um dos pontos de partida revisionista do pensamento *queer*.

Neste sentido, o filme trata heteronormativamente a questão da identidade de gênero do personagem principal, Ned Kynaston, como mostram as definições de identidade de gênero a seguir. John W. Money, que cunhou o termo e o inseriu no discurso científico, define identidade de gênero “como a experiência do sentimento próprio de ser masculino ou feminino, ao longo do tempo” (Money *apud* Mertens, 1997, p. 27). Para Dorothee Alfermann, a identidade de gênero consiste no “reconhecimento sobre a associação da própria pessoa, assim

como de outras pessoas, ao gênero feminino ou masculino” (Alfermann, 1996, p. 58). Zimbardo e Gerrig definem o conceito como “consciência do próprio ser homem ou ser mulher” (Zimbardo & Gerrig, 2004, p. 491), aproximando-se da concepção de Eleanor E. Maccoby, segundo a qual a identidade de gênero significa o reconhecimento de “que se é ou um indivíduo masculino, ou feminino” (Maccoby, 2000, p. 199).

No filme, Ned conta a Maria sobre a sua dura formação para tornar-se um ator que interpreta mulheres:

Mas madame, eu trabalhei metade da minha vida para fazer aquilo que faço. Quatorze rapazes apinhados numa escola. Quando treinei, não me era permitido usar um vestido de mulher durante 3 longos anos. Não me era permitido usar uma peruca por quatro. Não até ter provado que tinha eliminado todos os gestos e entoações masculinas do meu ser” (00:39:42 – 00:40:00).

Esse diálogo entre Ned e Maria reflete duas características do discurso

heteronormativo: naturalização (1) e inconsciência (2). E, mesmo assim, seu professor de teatro sempre dizia: “Nunca esqueça: você é um homem numa forma feminina” (00:21:55 – 00:22:00). Nessas cenas, vemos apresentada de forma clara, como se fosse “natural”, a binaridade discursiva sobre masculinidade e feminilidade. Essa binaridade performativa é presumida e imposta, como se apenas existissem dois sexos e dois gêneros que se diferenciam categoricamente entre si e, portanto, excluem-se mutuamente. Na cena em que Samuel Pepys, funcionário público inglês, diz a Ned que ele seria muito convincente em papéis masculinos, essa binaridade alcança, na resposta de Ned, o ápice:

Sabe porque é que as cenas de homem lhe pareceram tão reais? Porque estava fingindo. Um homem se vê através do espelho de uma mulher, e a mulher através do espelho de um homem. Tira-se um dos espelhos, e já não funciona. O homem só funciona porque vê, no contraste, a mulher que é. Quando não vemos nosso “ela” aqui dentro, nos fechamos.

E não conseguimos ver o homem (00:55:35 - 00:55:57).

Essas buscas para manter a binaridade de gênero e para resolver as questões de identidade de gênero dentro dessa perspectiva apontam para o fato de que os valores e normas heteronormativos não são conscientes (característica 2) para as pessoas envolvidas. Assim, mostram-se a performatividade corporal e mental da heteronormatividade nos indivíduos. A temática dos papéis de gênero no teatro e a abordagem histórica revelam como a heteronormatividade define estruturas sociais e institucionaliza-se nelas. Dessa maneira, a complexidade não é reduzida apenas no contexto de regulamentações institucionais, mas também na comunicação social (características 3 e 4). Isso fica claro na conversa entre Ned e o Duque de Buckingham, com quem ele tinha uma relação íntima que o duque queria terminar. O duque expõe seu ponto de vista:

Eu não te quero. Não como está agora. Eu... quando estava com você, sempre pensei em você como

uma mulher. Quando estávamos na cama, foi sempre uma cama no palco. Pensava ‘aqui estou eu, numa peça... dentro de Desdêmona, Cleópatra, pobre Ofélia...’ Agora você não é nenhuma delas. Nem sei quem você é. E duvido que você saiba (00:59:45 - 01:01:57).

A ideia de conceber a temática da atuação de homens em papéis femininos e a sua proibição pelo olhar do protagonista Ned Kynaston, assim como a sua dificuldade de se ver como homem, nos remete à naturalização da heterossexualidade e da binaridade de gêneros. Como mostram as citações do filme, fica ‘naturalmente’ (característica 1) presumido que Kynaston é um homem que interpreta papéis femininos e, aparentemente, sua orientação sexual é homossexual, muito embora fique claro na trama que essa afirmação não é tão simples de se estabelecer, nem tem seus contornos definidos. Em sentido análogo, encontramos aqui o modelo clássico de heteronormatividade de sexo e gênero e das orientações sexuais a ele ligados. No caso de Kynaston, sexo,

gênero e identificação não coincidem. Já a figura de Maria é concebida de forma diametralmente oposta, sendo ela, no filme, tanto biologicamente (sexo), quanto socialmente (gênero) feminina (características 1, 3 e 4). Consequentemente, seu desejo sexual volta-se para homens, identidade e diferença são, nesse caso, socialmente aceitas.

O filme termina com Ned interpretando o papel de Otelo – e, portanto, um papel masculino – e a cena da morte com Maria no papel de Desdêmona, em uma encenação que, para aquele tempo, era inovadora e realista. Depois disso, Ned e Maria aproximam-se e, quando ela lhe pergunta sobre quem ele seria agora, ele responde: “Não sei. Não sei” (01:41:48 – 01:42:00).

A identidade de gênero de Ned é confusa no filme. A resposta de Ned significa que ele agora é o homem, mesmo sem estar totalmente “acostumado” a esse papel? Ou a resposta dele significa que ele, de fato, não sabe se ele é homem ou mulher? Essa interpretação contesta, no entanto, a estética que ambienta a cena: ambos se entreolhando atraídos, ou seja, o não-saber e sua articulação

são significados ali de forma positiva, quiçá heteronormativa.

A identidade de gênero significa, além de uma normativa binaridade dos gêneros, um sentimento holístico (ao menos temporário) de uma experiência de gênero auto-definida (Noack Naples, 2017). Nessa perspectiva, na articulação de Ned sobre seu não-saber a respeito de seu gênero, expressa sua própria identidade de gênero. A identidade de gênero de Ned não permite uma classificação unívoca, por causa dos múltiplos papéis de gênero do ator.

Mas, já que, a partir de sua experiência, uma classificação unívoca não é possível, sua identidade de gênero acaba sendo constituída através dos diversos papéis de gênero assumidos por ele. Comentários aparentemente triviais mostram à primeira vista, ao assistir ao filme atentamente, que a identidade de gênero de Ned apresenta, de fato, algo que vai além da binaridade masculina e feminina. Isso acontece na cena acima descrita, na qual Ned continua falando sobre seu professor de teatro: “Nunca se esqueça de que você é um homem em forma de mulher” (00:21:53 – 00:21:58).

Depois de uma pequena pausa, ele olha Maria de maneira penetrante, Ned acrescenta, em tom interrogativo: “ou era o contrário?” (00:22:05-0:22:09). Percebe-se que as múltiplas e proliferantes enunciações efetivamente encontram dificuldades de entrar na ordem do discurso. Essas dificuldades que as falas enfrentam ao ultrapassar os limites do discurso são barradas pelas leis de interdição. Esse regime está intimamente ligado à vontade de verdade: é a partir dele que a personagem Maria busca descobrir, desvendar a masculinidade do sujeito-homem. No decorrer do filme, Maria refere-se à essa temática e acusa o professor de teatro de Ned:

O seu antigo tutor causou-lhe grandes danos, Sr. Kynaston. Ele lhe ensinou a falar, a desmaiar e a movimentar a cabeça, mas ele nunca lhe ensinou a sofrer como uma mulher ou a amar como uma mulher. Ele prendeu um homem na forma de uma mulher e deixou-o lá para morrer! (01:21:56 - 01:22:18).

A resposta de Ned para a pergunta da Maria sobre a razão de ele não querer fazer os papéis masculinos indica que a questão dos papéis de gênero vai, para ele, muito além dos papéis teatrais. Ele respondeu: “Os homens não são bonitos. O que eles fazem também não é bonito. As mulheres fazem tudo lindamente, especialmente quando morrem (...). Sem beleza, não há nada. Quem poderia amar isso?” (01:16:02 - 01:17:13). Além da binaridade normativa dos gêneros (características 1, 2, 3 e 4), mostra-se aqui o que é considerado pelo saber médico como ‘incongruência de gênero’, ou seja, quando a experiência do próprio gênero não coincide com as marcas do corpo. Uma vez que a pessoa tem tal coincidência faltante ou limitada, fala-se então de uma ‘disforia de gênero’ (Nieder *et al.*, 2013).

Pessoas que não se enquadram dentro da heteronormatividade, isto é, dentro da lógica binária, podem ser vistas como “corpos desviantes”, culturalmente ininteligíveis e que ameaçam estruturas de poder. Pessoas gays, lésbicas, transexuais e intersexuais acabam por ultrapassar fronteiras que não deveriam ser cruzadas

dentro do sistema heteronormativo. E, dentro desse sistema excludente, seus corpos não são aceitos, ou melhor, suas existências não são aceitas. Tal exclusão acaba por colocar em risco a vida dessas pessoas, gerando além da intolerância, violência, agressão e até a morte.

Considerações finais

O artigo tem como objetivo refletir, a partir do filme *A Bela do Palco*, sobre como os papéis sociais e suas performatividades são organizados e institucionalizados socialmente a partir da perspectiva revisionista queer. Para tal, analisamos e discutimos algumas cenas do filme. Essas cenas foram escolhidas através dos critérios de naturalização (1); inconsciência (2); institucionalização (3) e redução de complexidade (4).

Nas interpretações de mulheres no palco, Ned Kynaston havia encontrado, no teatro, um caminho aceito e valorizado socialmente para lidar com seu modo específico de subjetivação. A alteração na lei, segundo a qual lhe era vedado interpretar mulheres, foi, portanto, problemática para ele – o

que nos remete à nossa questão inicial. Podemos identificar identidade de gêneros como um sofisticado dispositivo social de heteronormatividade:

Não há corpos livres, anteriores aos investimentos discursivos. A materialidade do corpo deve ser analisada como efeito de um poder e o sexo não é aquilo que alguém tem ou uma descrição estática. O sexo é uma das normas pelas quais o “alguém” simplesmente se torna viável, que qualifica um corpo para a vida no interior do domínio da inteligibilidade. Há uma amarração, uma costura, ditada pelas normas, no sentido de que o corpo reflete o sexo, e o gênero só pode ser entendido, só adquire vida, quando referido a essa relação. As performatividades de gênero que se articulam fora dessa amarração são postas às margens, pois são analisadas como identidades “transtornadas” pelo saber médico (Berenice Bento, 2016, p. 3).

A interpretação dos papéis de gênero no teatro era para ele mais do

que simplesmente uma representação ficcional, pois ele parece estar entre aqueles que experimentam um modo de subjetivação distinto do discurso heteronormativo. Questionamos se é possível classificar Ned como uma pessoa com deslocamento de gênero ou como alguém que não se identifica com o seu sexo? Nos distanciamos dessa hipótese, porque a realidade humana e social é muito mais complexa do que a redução a dois sexos. O “final feliz” do filme *A Bela do Palco* insinua rumos conformistas. Por ser um filme comercial, o desfecho pode levar a interpretações bem conservadoras. Ironicamente, poderíamos perguntar se a atração de Maria por Ned o poderia “salvar” do seu estado patológico? No entanto, a resposta que Ned dá para Maria, ao ser perguntado quem ele seria agora, é instigante: “Eu não sei. Eu não sei” (01:41:48 – 01:42:00). Essa resposta, ao final do filme, nos leva a pensar que o sistema binário heteronormativo não é um todo coerente e único. Mais ainda, a sua resposta nos mostra que a realidade humana e as práticas sociais são complexas, que há deslocamentos e subjetivações múltiplas. Como ressalva

Butler, a emergência de práticas que interrompem a reprodução das normas de gênero tendem potencialmente a gerar instabilidades e encontram na experiência extranormativa os seus próprios limites discursivos (Butler, 2003). Ao problematizar a relação dicotômica e determinista entre corpo e gênero, outros níveis constitutivos e identitários também se liberam para comporem e recomorem outros arranjos fora do referencial binário dos corpos.

REFERÊNCIAS

- Alfermann, D. (1996). *Geschlechterrollen und geschlechtstypisches Verhalten*. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer.
- Bachekard, G. (1996). *A formação do espírito científico*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Bento, B. (2016). Sexualidades, corporalidades e transgêneros: narrativas fora da ordem. Retirado de: <http://www.fazendogenero.ufsc.br/7/>

- artigos/B/Berenice_Bento_16.pdf, em maio de 2018.
- Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Foucault, M. (1977). *História da sexualidade – vol. I: A vontade de saber*. Tradução brasileira de M. T. C. Albuquerque. Revisão técnica de J. A. G. Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal.
- Foucault, M. (1984). *História da Sexualidade – vol. II: O Uso dos prazeres*. Tradução brasileira de M. T. C. Albuquerque. Revisão técnica de J. A. G. Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal.
- Foucault, M. (1985). *História da Sexualidade – vol. III: O Cuidado de si*. Tradução brasileira de M. T. C. Albuquerque. Revisão técnica de J. A. G. Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal.
- Degele, N. (2005). Heteronormatividade entseלבstverständlichen: Zum verunsichernden Potenzial von Queer Studies. *Freiburger Frauen Studien*, 11(17), 15-39.
- Hartmann, J. (2013). Bildung als kritisch-dekonstruktives Projekt – pädagogische Ansprüche und queere Einsprüche. In B. Hünersdorf, J. Hartmann (eds.), *Was ist und wozu betreiben wir Kritik in der Sozialen Arbeit?* (pp. 255-280). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hartmann, J. (2012). Institutionen, die unsere Existenz bestimmen: Heteronormativität und Schule. *Aus Politik und Zeitgeschehen (APuZ)*, 62/49-50, 34-41.
- Junqueira Diniz, R. (2010). “A homofobia não é um problema. Aqui não há gays nem lésbicas!” Estratégias discursivas e estados de negação da discriminação por orientação sexual e identidade de gênero nas escolas“. *Revista de Psicologia da UNESP*, 9 (1). Retirado de: http://www.clam.org.br/bibliotecadigital/uploads/publicacoes/1890_892_junqueira171-722-3-PB.pdf, em julho de 2017.
- Klapeer, C. M. (2015). Vielfalt ist nicht genug! Heteronormativität als herrschafts- und machtkritisches Konzept zur Intervention in gesellschaftliche Ungleichheiten. In F. Schmidt *et al.* (eds.) *Selbstbestimmung und Anerkennung sexueller und geschlechtlicher Vielfalt* (pp. 25-44). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Maccoby, E. E. (2000). *Psychologie der Geschlechter: Sexuelle Identität in den verschiedenen Lebensphasen*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Mertens, W. (1997). *Entwicklung der Psychosexualität und der Geschlechtsidentität, Bd. 1, Geburt bis 4. Lebensjahr*. Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer.
- Mörth, A. (2005). *Dekonstruktion von Zweigeschlechtlichkeit. Möglichkeit für eine nicht-binäre Thematisierung von Geschlecht in pädagogischen Praxisfeldern unter besonderer Berücksichtigung der universitären Lehre*. Karl Franzens Universität Graz. Retirado de: http://repeating.net/texts/da_anitamoeorth.pdf, em julho de 2017.
- Nieder, T. O., Briken, P. & Richter-Appelt, H. (2013). Transgender, Transsexualität und Geschlechtsdysphorie: Aktuelle Entwicklungen. *Diagnostik und Therapie. Psych up2date*, 7, 373-387. Retirado de: https://www.thieme.de/statics/dokumente/thieme/final/de/dokumente/tw_psychiatrie-

-psychotherapie-psychosomatik/transgender.pdf, em junho de 2017.

- Noack Napoles, J. (2017). Geschlechtsidentität als elementarpädagogisches Bildungsziel – Eine queertheoretische Betrachtung. In J. Hartmann, A. Messerschmidt & C. Thon (eds.) *Queertheoretische Perspektiven auf Bildung – Pädagogische Kritik der Heteronormativität*. Jahrbuch Frauen- und Geschlechterforschung in der Erziehungswissenschaft, 13, 53-68.
- Ricarte Lanz, H. & Noack Napoles, J. (2018). As perspectivas teóricas queer e o uso cotidiano da língua portuguesa. *Cardernos de Estudos Sociais e Políticos*, 7 (12).
- Reckwitz, A. (2012). *Subjekt*. Bielefeld: Transkript.
- Wagenknecht, P. (2004). Heteronormativität. In W. F. Haug (ed.) *Historisch-Kritisches Wörterbuch des Marxismus*, vol. 6/I Hegemonie bis Imperialismus (pp. 189-206). Hamburg: Argument Verlag mit Ariadne.
- Zimbardo, P. G. & R. J. Gerrig. (2004). *Psychologie*. München: Pearson.

Além das “Mães de Bragança”:

a estereotipização da mulher brasileira no jornalismo português

*Beyond “Braganza Mothers”:
the stereotyping of Brazilian women in Portuguese journalism*

*Ester Amaral
de Paula Minga*

Doutoranda em Ciências da Comunicação da

Universidade Nova de Lisboa

ester.minga@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0974-0369

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_6

Resumo

Utilizando como mote o caso “Mães de Bragança”, conhecido em 2003 por meio de uma representação mediática sensacionalista, em que se identificou a presença de estereótipos acerca das brasileiras (Correia, 2014), este artigo busca demonstrar, a partir de uma análise crítica a quatro textos não relacionados com a temática da prostituição, que a estereotipia do discurso jornalístico sobre as brasileiras não se identifica apenas em textos referentes à prostituição de imigrantes. Evidencia-se, também, o caráter ubíquo desta exaltação mediática do exotismo, conjugado com uma sensualidade que seria inata, não apenas das brasileiras, mas também do Brasil. Para compreender as razões deste fenómeno, contextualizamos as origens das representações sociais sobre as brasileiras, destacando o peso do luso-tropicalismo, teoria desenvolvida por Gilberto Freyre em meados do séc. XX, para esta construção.

Palavras-chave: representações sociais; estereótipos; luso-tropicalismo; jornalismo; brasileiras.

Abstract

Using the “Braganza Mothers” case as point of departure, known in 2003 through a sensational media representation, with the presence of stereotypes about Brazilian women (Correia, 2014), this article seeks to demonstrate, from a critical analysis of four texts unrelated to the theme of prostitution, that the stereotyping of the journalistic discourse about Brazilian women is not only identified in texts referring to the prostitution of immigrants. The ubiquity of this mediatic exaltation of exoticism, combined with a sensuality that would be innate not only to Brazilian women, but even to Brazil, is also evident. To understand the reasons for this phenomenon, we contextualize the origins of the social representations of Brazilian women, highlighting the weight in those constructions of the Luso-tropicalism, a theory developed by Gilberto Freyre in the mid twentieth century.

Keywords: social representations; stereotypes; luso-tropicalism; journalism; Brazilian women.

Introdução

Em maio de 2003, surgiu o “Mães de Bragança”, movimento formado por mulheres desta cidade do Norte de Portugal cujo objetivo era solicitar às autoridades a expulsão de prostitutas brasileiras por, supostamente, seduzirem seus maridos. Segundo José Machado Pais (2010), o imbróglcio começou a esboçar-se quando algumas esposas, ao partilharem os seus desencontros conjugais, notarem que as histórias se repetiam; tal evidência, conjugada com as notícias da imprensa local da presença de uma centena de brasileiras a residirem em Bragança e a trabalharem no comércio sexual, tornou as suspeitas inquestionáveis e levou algumas mulheres a redigirem um manifesto entregue às autoridades locais.

Sua primeira consequência foi a intensa cobertura mediática que não se restringiu aos órgãos de comunicação social portugueses, ao ser capa da revista *Time* em outubro do mesmo ano. Segundo João Carlos Correia (2014), o movimento “Mães de Bragança” tornou-se um ícone das representações xenófobas e estereotipizações de género nos *media*, além de figurar

como o primeiro exemplo para a discussão do discurso mediático sobre a brasileira¹.

A cobertura mediática ensejada pelo movimento, assim como as notícias relacionadas aos temas “prostituição” e “imigrantes brasileiras,”² conduziram à conclusão de que o tom dominante era a linguagem *tablóide* e que pululavam estereótipos de género interseccionados àqueles sobre pessoas de países tropicais. O que se procura demonstrar é que tal ocorrência não se identifica apenas nos

1 Exemplos de estudos posteriores ao caso sobre a representação mediática das brasileiras são os de Luciana Pontes (2004); Isabel Ferin-Cunha (2005); e, mais recentemente, os de Francine Oliveira, Rosa Cabecinhas e Isabel Ferin-Cunha (2011) e Camila Queiroz (2016).

2 Recorrentes no início do séc. XXI por refletirem o afluxo de imigrantes brasileiros verificado no período, assim como as consequentes ocorrências de tráfico de pessoas e prostituição ilegal. Segundo Jorge Macaísta Malheiros (2007), este movimento corresponde à segunda vaga de imigração brasileira em Portugal, cujas características são distintas àquelas identificadas na primeira, pois esta vaga, percecionada em finais dos anos 1980, caracterizou-se por incorporar trabalhadores qualificados, enquanto a segunda, notável a partir de 1999, apresentou-se como mais numerosa, mais jovem, feminina e composta por uma proporção um pouco mais elevada de pessoas oriundas das classes médias baixas brasileiras.

textos relacionados com a temática da prostituição. Observa-se, pelo contrário, que um enquadramento estereotipado perpassa a cobertura jornalística sobre o país e a sua população, pois identificamos em textos de distintas temáticas, a associação entre uma ideia de exotismo e a figura não apenas da brasileira, mas também do Brasil.

Ao analisarem-se quatro textos publicados pelos jornais *Público* e *Expresso*, identificamos não apenas a presença de estereótipos sobre as brasileiras, como também uma representação exotizada da identidade brasileira, reverberando em um retrato feminizado do país (Pontes, 2004). Tal sugere-nos que, a despeito dos estereótipos terem aparecido com mais recorrência no início do séc. XXI a partir de notícias sobre prostituição de imigrantes brasileiras, as representações sociais vigentes em Portugal acerca do Brasil e das brasileiras possuem raízes mais antigas.

As investigações de Pontes (2004) e Oliveira *et al.* (2011), entre outras, também observam que, a despeito da recorrente associação à prostituição, a presença de estereótipos realçando

a sensualidade destas mulheres não se identifica apenas em textos relativos ao comércio sexual. No entanto, ao selecionarmos quatro notícias com temáticas bastante distintas desta, buscamos ir além e compreender o caráter ubíquo desta exaltação de um exotismo conotado com o Brasil.

Nesse sentido, adotamos a perspectiva de Igor José de Renó Machado (2003) sobre o exótico, identificando em seus processos movimentos de exacerbação, solidificação e essencialização de estereótipos. A partir de uma postura essencialmente ética, não se entende o exotismo como um meio de compreensão da alteridade, mas como um projeto hegemônico de dominação cultural do Outro, que fixa diferenças *a priori* não fixáveis.

É numa perspectiva histórica que vemos a construção do exótico como dominação colonial e cultural, como dominação que acaba por ser parte constituinte da identidade de povos colonizados (como afirma Hall, 1996). (Machado, 2003, p. 21)

Ao relacionarmos esses processos de exotização com a construção da identidade brasileira – não apenas a partir das representações estabelecidas pelo colonizador português, mas também por meio de representações promovidas pelo Estado e a cultura popular brasileiros, em que o contributo daquele foi incorporado –, identificamos as duas instâncias indicadas por Machado (2003) como produtoras de estereótipos sobre a mulher brasileira: o Estado brasileiro, historicamente preocupado em consolidar determinada imagem da identidade nacional, o que posteriormente confluiu na sua exploração pragmática para fins de promoção do turismo (Oliveira *et al.*, 2011); e o Estado português, que desde o período colonial reelabora imagens sobre o país. Portanto, ainda que a nossa análise repouse sobre o discurso jornalístico português, temos em atenção esta dupla fonte de produção de estereótipos, pois, conforme discutiremos, uns e outros se retroalimentam.

Sobre o conceito de estereótipo, indica-se o aparecimento do termo no livro *Public Opinion* (1922/1998), de Walter Lippmann, também referente

à primeira abordagem sobre o conceito. Segundo este autor, a realidade envolvente seria muito complexa para se distinguirem especificidades de generalidades – o que corresponderia a uma tarefa exaustiva –, emergindo os estereótipos, portanto, como o resultado de um processo cognitivo de economia de energia, em que o indivíduo tende a selecionar o que a cultura na qual se encontra imerso já tem por definido e percebê-lo na forma por ela estereotipada.

Também nos debruçamos sobre as análises de Serge Moscovici (1988) acerca das representações sociais, pela ênfase concedida ao aspecto comunicacional no processo cognitivo de apreensão da realidade, cujo resultado seriam ideias/imagens tidas como o senso comum. Ou seja, correlatas aos estereótipos, as representações sociais corresponderiam a pensamentos e ideias individuais, tornados sociais a partir de processos comunicacionais (tanto de caráter dialógico, quanto mediático).

Estas representações, no momento em que se estabelecem, assumem um caráter prescritivo para o indivíduo, corporificado na tradição

e estruturas sociais (Hoijer, 2011), todavia, ele mantém certa autonomia em sua assimilação, podendo também modificá-las. Assim, ainda que haja representações sociais de diferentes tipos – por exemplo, as de cariz hegemónico, geralmente relacionadas com estereótipos mais perenes, fincados na tradição cultural de uma sociedade –, o seu processo de constituição possui a possibilidade virtual de sua modificação.

No processo de ancoragem (um dos meios pelos quais as representações sociais se formam), por exemplo, um fenómeno novo é compreendido a partir de sua associação a alguma representação social já estabelecida, similar a si; o que não apenas diz respeito a um decalque puro e simples, mas, mais comumente, sugere modificações nas representações sociais mobilizadas. Compreender tal dinâmica parece-nos fundamental na análise dos estereótipos sobre as brasileiras, pois, além de possuírem uma fonte dupla de produção, as relações históricas entre os dois países (no início do séc. XXI incrementada por um fluxo migratório no sentido Brasil - Portugal) não apenas adensam a produção mútua de

representações, como permitem que sofram um processo de constante reelaboração.

Comum às leituras de Lippmann e Moscocivi também está a referência subjacente ao conceito de ideologia, como o senso comum ou ideias *taken for granted* de grupos ou sociedades. Conforme Teun A. van Dijk relaciona o estabelecimento de representações sociais e as ideologias em disputa numa sociedade,

(...) as ideologias de grupos dominantes controlam o desenvolvimento das RS [representações sociais], a formação de modelos, a produção da acção e o discurso dos membros dos grupos de tal forma que o grupo manterá o poder e reproduzirá a sua hegemonia relativamente a grupos dominados, como tem sido mais óbvio nos casos de classismo, sexismo e racismo. (2005, p. 113)

Nesse sentido, relacionaremos a análise da representação exotizada do Brasil e de seu povo com a influência luso-tropicalista na formação das respectivas identidades nacionais

ao revestir-se, no caso brasileiro, do mito da democracia racial, porém, subjacentemente, encarnar uma ideologia de branqueamento (Craveiro & Carvalho, 2017) e, no caso português, como uma ideologia de defesa de seu colonialismo tardio, ao exaltar a propensão dos portugueses à miscigenação (Brito & Rosas, 1996).

Sendo, portanto, através do discurso³ que as representações sociais se estabelecem, os grupos majoritários tendem a exercer o controlo dos *media*, vistos como meios de produção ideológica (van Dijk, 2005). Todavia, nas sociedades democráticas não é possível exercer esse controlo de modo explícito, o que explica a complexidade da luta pela definição de sentido na atualidade. Nesse contexto, no seu trabalho de mediação simbólica, os *media* concedem cada vez mais importância aos mecanismos de argumentação e persuasão, o que nos indica a sutileza da atual expressão do sistema ideológico dominante nos

3 Aqui entendido no sentido mais geral de “evento comunicativo”, o que também engloba conversações, gestos associados, expressão facial, arranjo tipográfico, imagens e afins (van Dijk, 2005).

media, com os jornalistas cotidianamente valendo-se de tipificações para reduzir a contingência envolvente e tornar o mundo mais compreensível à audiência.

Estas tipificações associam-se, por sua vez, aos enquadramentos (frames) enquanto estruturas cognitivas básicas que guiam a percepção e a representação da realidade e dos agentes que nela atuam como protagonistas. Os enquadramentos refletem muitas vezes os princípios de inclusão e exclusão. Configuram o significado dos acontecimentos à luz do sistema ideológico dominante. (Correia, 2014: 187)

Ao debruçarmo-nos sobre os textos selecionados, valer-nos-emos tanto dos contributos da análise crítica do discurso, quanto da análise de enquadramentos. É na intersecção desses dois auxiliares metodológicos que buscamos captar a imagem da mulher brasileira nas notícias, e compreender a quais ideologias, e estereótipos derivados ela se liga.

A imagem da mulher brasileira

Como afirma Beatriz Padilla (2007), em Portugal os brasileiros são vistos genericamente como simpáticos e alegres, quase como se tais características fossem inatas; o que, para além da existência de uma língua em comum, contribui para a sua escolha preferencial no trabalho de atendimento em lojas, restaurantes, hotéis e outros serviços similares. Nesse contexto, a simpatia torna-se uma característica étnica, também resultado do processo de exotização da figura do brasileiro (Machado, 2003).

A existência deste imaginário sobre como são e como se comportam os brasileiros termina por aprisionar os imigrantes, pois eles acabam por ter que corresponder a esses papéis (mesmo que alguém seja tímido, por exemplo) de forma a estarem aptos a preencherem as vagas nos nichos laborais em que os brasileiros são mais requisitados. Para além desse processo de aprisionamento, os estereótipos existentes sobre os brasileiros e, principalmente, sobre as

brasileiras, afetam o dia-a-dia dos imigrantes⁴.

Há a ideia de que em geral os brasileiros gostam de festa e estão sempre bem dispostos, no entanto, especificamente, os homens brasileiros são considerados malandros e preguiçosos e as mulheres calorosas, exuberantes e fáceis. “Entre esta imagem da brasileira calorosa e exuberante e a da prostituta vai só um passo, sendo esta analogia reforçada pelas notícias permanentes que os *media* transmitem.” (Padilla, 2007, p. 125).

Tentando compreender as origens desse imaginário, Bela Feldman-Bianco (2001) observa que “vagabundos” e “mulatos” eram os modos utilizados pelos portugueses em Portugal e no Brasil para se referirem à

4 Machado (2003) caracteriza de aprisionamento a adequação dos imigrantes brasileiros aos estereótipos correntes, como forma de mais facilmente inserirem-se no mercado laboral português; porém Pontes (2004), identifica na correlata assimilação pelas imigrantes mulheres de estereótipos relacionados à exuberância e sexualidade das brasileiras, no sentido de melhor posicionarem-se no comércio sexual, uma expressão de sua autonomia e um exemplo de como grupos minoritários apreendem os estereótipos sobre si e os ressignificam de uma forma que não é de todo subalterna.

população brasileira durante o período em que o país declarou sua independência (entre 1822 e 1825) e a Primeira República (1889-1930). Essas formas de provocação procuravam diferenciar os civilizados europeus dos “não civilizados” brasileiros ou dos “portugueses do Brasil” (a maneira como a população do país era denominada durante o período da independência).

These stereotypes, which were gendered as well as racist, began to be updated and recreated in Portugal in the 1980s, as the Portuguese confronted the competition of Brazilian immigrants - the so-called Brazucas - in the labor market. (...) Central to these stereotypes were notions of the Brazilian *ginga* (Brazilian swaying movement) and of “tropical sensuality” portrayed as inherent traits of the “mulatto woman.” (Feldman-Bianco, 2001, p. 12)

A reelaboração de tais estereótipos também teve o ensejo da profusão de imagens do/sobre o Brasil desde sempre disponível em Portugal, porém,

naquele período, disseminadas sobretudo pelas telenovelas e as chamadas “cultura brasileira” ou “noites brasileiras” em boates, estas também promovidas por brasileiros. Essa “cultura brasileira” para consumo fora influenciada pelas interpretações de Freyre sobre o caráter nacional e conduziu à caracterização do país como uma “democracia racial” e da *mulata* como um produto de exportação nacional⁵.

Porém, ao debruçarmo-nos sobre o histórico de construção da identidade nacional observamos também o peso das representações de europeus – estabelecidas durante o período colonial – acerca do Brasil e de sua população. Nesse sentido, identifica-se nos processos de exotização parte constituinte da identidade de povos colonizados, conforme explica Stuart Hall (*apud* Machado, 2003), pois tais representações pretenderam, sobretudo, ressaltar o que era visto como

⁵ A construção da imagem da brasileira (e, mais especificamente, da *mulata*) como um produto ocorreu ao longo de anos, porém conheceu o seu apogeu na década de 1960 com a criação do Instituto Brasileiro de Turismo – Embratur, cuja promoção internacional do turismo tinha como estratégia atrair o estrangeiro por meio da sedução (Oliveira *et al.*, 2011).

um comportamento natural e amoral das nativas, relativamente à sexualidade.

Especificamente, sobre a imagem da brasileira, Camila Craveiro e Cláudia Carvalho (2017) identificam na *Carta do achamento*, de Pero Vaz de Caminha, o primeiro registo do olhar colonizador sobre as nativas.

Ali andavam entre eles três ou quatro moças, bem moças e bem gentis, com cabelos muito pretos, compridos pelas espáduas, e suas vergonhas tão altas, tão cerradinhas e tão limpas das cabeleiras que, de as muito bem olharmos, não tínhamos nenhuma vergonha. (Caminha *apud* Craveiro & Carvalho, 2017, p. 67)

Jean Marcel Carvalho França (2003) indica que a imagem das brasileiras como “sexualmente disponíveis” fora alicerçada sobre os relatos dos poucos estrangeiros (não portugueses) que aportaram em praias brasileiras durante o período colonial. Um em especial prestou importante contributo a esta imagem, ao conhecer inúmeras reedições e traduções e dialogar

com os relatos subsequentes: “Cook’s Voyage” (1768-1771), do capitão da marinha britânica, James Cook.

Eis, na íntegra, a observação de Cook que tanto sucesso teve entre o público apreciador de narrativas de viagens da época: “Creio que todos estarão de acordo em admitir que as mulheres das colônias espanholas e portuguesas da América meridional concedem seus favores mais facilmente do que aquelas dos países civilizados. (...) (França, 2003)

Francisco Bosco (2007) não concede tanta relevância ao olhar estrangeiro na construção da identidade brasileira, porém posiciona este processo num devir histórico, em que o país após a independência, e de forma análoga a outras nações de origem similar, procurou na exaltação de sua natureza uma compensação para a precariedade material e institucional em que vivia, assim como um sinal de suas potencialidades civilizacionais futuras. Tal perspectiva, abrangida pela canção popular das primeiras décadas do séc. XX, exaltou euforicamente a terra

e a pátria, e também correspondeu ao primeiro momento de internacionalização da imagem brasileira, a partir da figura de Carmen Miranda.

Todavia, o que denomina de “gênero cultural natureza ostentação” sofreu uma inflexão nessas primeiras décadas e, sob inúmeras influências, a representação da natureza passou a associar-se à cultura nacional, com esta portando os traços daquela.

A “terra boa e gostosa”, relaxada, acolhedora, rima com a “morena sestrosa/ de olhar indiscreto” e reflete nela. A exuberância das frutas sobre a cabeça de Carmen Miranda espelha sua figura também ela exuberante, sensual, cheia de vitalidade e corpo, sem o recalque das pulsões sexuais que marca o mal-estar agravado das nações mais intensamente produtivas. (Bosco, 2017, p. 35)

Para o autor, a narrativa de país mestiço, tropical e exótico não corresponde apenas a uma construção do Estado brasileiro, pois também emerge como dominante na tradição cultural do país. E para a consolidação dessa

narrativa no âmbito da *cultura popular brasileira*, ocorrida durante a primeira metade do séc. XX, Bosco (2017) assinala o contributo fundamental da obra *Casa-grande & senzala* (1933/2006), de Freyre.

Como indica Cláudia Castelo (1998), o luso-tropicalismo só tomou forma enquanto teoria na obra *O luso e o trópico*, publicada em 1958, porém desde *Casa-grande & senzala* encontravam-se reunidos os elementos fundamentais de sua doutrina. Caracterizado como um complexo social, ecológico e de cultura, o luso-tropicalismo põe em relevo a especificidade da colonização portuguesa devida à predisposição dos portugueses para a “aventura ultramarina”, a miscigenação e a interpenetração de valores e costumes.

Bosco (2017), em sua leitura sobre o conceito freyreiano de miscigenação, afirma que a partir da sua aplicação para explicar a realidade brasileira, o concreto do sexo impôs-se sobre as ideologias de raça sem, no entanto, as dissolver. E ao ser abrangido pela cultura popular ao lado de outros signos típicos da autoimagem do país, como o encontro, a cordialidade e a

malandragem, a ideia de miscigenação tornou-se dominante principalmente como ideologia da cultura do espetáculo e como propaganda turística, caracterizada sobretudo pela figura da *mulata*.

Todavia, o luso-tropicalismo também teve o seu impacto sobre a realidade portuguesa, sobretudo após a segunda metade do séc. xx. Como explicam J. M. Brandão de Brito e Fernando Rosas (1996), o fim da Segunda Guerra Mundial trouxe consigo a crise do sistema colonial europeu, o que em poucos anos conduziu à quase descolonização total da África e da Ásia. Portugal, como forma de contornar esse contexto internacional desfavorável, abandonou a concepção imperial consagrada no *Acto Colonial*, revogado em 1951, e adotou o luso-tropicalismo como doutrina oficial.

Ao valorizar a capacidade dos portugueses de se relacionarem com os povos dos trópicos, a teoria demonstraria – conforme cálculo feito pelos ideólogos do Estado Novo – a diferença fundamental entre o colonialismo português e o do Norte da Europa.

[E]nquanto esta última ficara marcada pelo etnocentrismo, pela vontade de impor valores especificamente europeus, no caso português teria havido sobretudo a preocupação de transmitir valores universais (o cristianismo), do mesmo passo que se integravam os das populações indígenas, criando uma verdadeira “civilização luso-tropical”. (Brito & Rosas, 2006, p. 434).

Nesse contexto, o Brasil emergiu como a colônia-tipo, por corresponder ao exemplo mais bem-sucedido da miscigenação promovida pelos portugueses nos trópicos, o que tornou o país, nas palavras de Eduardo Lourenço (2015), caução do colonialismo tardio português. Questionamo-nos se a adoção do luso-tropicalismo e a divulgação de suas teses a partir de instrumentos de propaganda não cristalizou no imaginário social português a imagem do homem como possuidor de um grande furor sexual direcionado às mulheres dos trópicos, donas, por sua vez, de uma sensualidade inata.

Análise às notícias

Para investigarmos a hipótese formulada de que os estereótipos presentes na representação mediática das brasileiras não se evidenciam apenas em textos relacionados com a temática da prostituição, indicando, ao contrário, que esta evidência não possui um caráter situado e a exploração de uma imagem sensual e tropicalizada perpassa o discurso jornalístico, conduzindo a uma feminização da figura do país, selecionamos quatro textos sobre distintas temáticas entre si.

Destes, três são de 2003 e foram publicados pouco tempo após a erupção do movimento “Mães de Bragança”. Em “O que é que o Brasil tem?”⁶, reportagem da *Única* (suplemento em formato de revista do *Expresso*) publicada três meses após a matéria de capa sobre o movimento⁷, discorre-se sobre o fenómeno caracterizado de “inusitada diáspora”, em que “emigrantes de luxo” trocavam Portugal pelo Estado do Ceará, no Brasil. Já os

6 Carvalho, C. (2003). O que é que o Brasil tem? *Expresso: Única*, 15 de agosto, pp. 36-49.

7 Freitas, E. (2003). O sexo e a família. *Expresso: Única*, 10 de maio, pp. 64-70.

textos “A triste novela dos brasileiros que não sambam”⁸ e “Brasileiras são prostitutas, brasileiros são ladrões”⁹ correspondem a um especial da edição de dois de novembro do *Público*, em que o jornal traça um panorama da comunidade brasileira, já então a segunda maior do país.

Selecionamos esses textos, pois, apesar de terem sido publicados poucos meses após a polémica das “Mães de Bragança”, não se relacionam com os temas “prostituição” e “imigração ilegal”, então constantemente associados à cobertura jornalística sobre os imigrantes brasileiros, conforme observou estudo do Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas: “em 2003, das 224 peças sobre o tema chave imigração e minorias étnicas, 48 (21,4%) abordavam, de alguma forma, a prostituição, na maioria envolvendo brasileiras.” (Correia, 2014, p. 188). Especificamente, sobre o texto da *Única*, consideramos importante

trazê-lo à análise pois, num momento em que o fluxo de brasileiros para Portugal era intenso, a reportagem dedica-se a retratar um movimento contrário, o de portugueses que iam para o Brasil.

Ao longo de 12 páginas, identificamos em “O que é que o Brasil tem?” o popular de imagens arreigadas sobre o Brasil e os brasileiros, cujos temas – como níveis estruturais profundos das representações sociais, no sentido formulado por Moscovici (1988) – remontam ao período colonial. Por exemplo, no seu início, ao ponderar as razões para cada vez mais portugueses se mudarem para o Brasil, a reportagem cita o sol, o mar de cor turquesa e os milhares de quilómetros de praia, para, no final do período, concluir: “Mas mesmo essa visão do paraíso, se calhar, não é suficiente”.

Como indica Bosco (2017), a exaltação da natureza subjacente à frase acima corresponde ao signo inaugural da descoberta do *mundus novus* e, no caso brasileiro, já consta de seu documento fundador, a carta de Caminha: “E em tal maneira é graciosa que, querendo-a aproveitar, dar-se-á

nela tudo, por bem das águas que tem” (citado por Bosco, 2017, p. 195).

Prosseguindo o questionamento dos primeiros parágrafos, o texto apresenta como possível justificativa a fala de um dos entrevistados: “Aqui é viciante fazer negócios”, diz. ‘Está tudo por fazer’”, que se conjuga a outra imagem arreigada, a de colónia como um espaço de natureza exultante, porém de precariedade material e institucional. Como vimos, no período pós-independência, o Brasil tentou compensar essa precariedade justamente pela exaltação da natureza. Porém trata-se de uma reportagem de 2003 e a maioria dos emigrantes dirigiam-se para Fortaleza, capital do Estado do Ceará, já então uma das maiores cidades brasileiras.

Identificamos ainda um lugar-comum na associação estabelecida entre Brasil e África, recorrente no pensamento colonial português desde o início do Terceiro Império (Machado, 2003). Tal associação fora reforçada aquando da adoção do luso-tropicalismo, em que o país emergiu como um modelo para as colónias existentes, todavia encontramos-la desde a independência do Brasil, quando se

8 Felner, D. R. (2003). A triste novela dos brasileiros que não sambam. *Público*, 2 de novembro, pp. 2-3.

9 Felner, D. R. (2003). ‘Brasileiras são prostitutas, brasileiros são ladrões’. *Público*, 2 de novembro, pp. 5.

disseminou a ideia de que para sobreviver Portugal deveria construir “novos Brasis em África”.

Na reportagem, sob os intertítulos “A outra África” e “Reencontrar o paraíso”, acentua-se o facto de que para alguns portugueses a mudança representava uma alternativa à vida que tinham em África, perdida com o fim do império, ao serem destacadas frases como estas: “África acabou, com a guerra. E isto é uma espécie de Angola melhorada. O Brasil é o melhor país do mundo” e “Vivemos 50 anos de sonho em Moçambique, 26 de inferno em Portugal. Agora estamos no paraíso. É a nossa recompensa.”.

Já a partir de um intertítulo como “Não existe pecado abaixo do Equador”, também observamos a reprodução quase inalterada de certas imagens, neste caso o estereótipo do Brasil como terra sem lei. Sob este intertítulo, a reportagem explica o envolvimento de uma das fontes com um contrabandista foragido à justiça portuguesa, em que, ao saber que o outro era responsável por um desfalque bancário, fez vista grossa, pois “Lá diz o samba que não existe pecado do lado de baixo do Equador.”.

A despeito da profusão de imagens estereotipadas, o principal argumento proposto pela reportagem – a de que uma vaga de portugueses bem abastados se dirigiam ao Ceará – carece de fundamentação sustentada, por exemplo, em dados oficiais e estudos. Como indicam Zhongdang Pan e Gerald M. Kosicki (1993), não são todas as notícias que se estruturam como uma narração de eventos ou ações; há aquelas que recorrem à estratégia de expor uma problemática – nesse caso, a emigração de portugueses para o Nordeste – e articular em torno uma série de ações, eventos e observações que visam explicá-la por meios hipotético-dedutivos.

A despeito de seu interesse em apresentar-se com um cariz empírico – algo inerente ao discurso jornalístico, dada sua definição nominal (Pan & Kosicki, 1993) –, a partir das citações de entrevistados e da descrição de factos, a reportagem, no entanto, revela certas características dedutivo-indutivas baseadas, por sua vez, em estereotipizações acerca do Brasil e dos brasileiros.

No auge da polémica sobre as “Mães de Bragança”, o texto, ao

contextualizar a fala de um entrevistado que diz sentir-se como um miúdo em Fortaleza e que lá um homem não tinha idade, indica ser a paquera uma instituição na cidade, onde, no entanto, a fronteira entre o clima de engate e a prostituição se mostrava ténue. Ainda chega a pontuar que Fortaleza era uma das rotas demarcadas do turismo sexual, porém brevemente e sem maiores desenvolvimentos do tema.

“A triste novela dos brasileiros que não sambam”, como dito, faz parte de um especial do *Público* sobre a comunidade brasileira, em que pelo subtítulo, “Cumplicidade linguística escondida de casos de discriminação, miséria e exploração”, exposto na chamada de capa ao especial, já se tem esboçado o tema dos textos que o compõem: a difícil condição de vida dos imigrantes. Nesta reportagem, as dificuldades são expostas a partir de descrições das moradias e imediações no bairro Cruz de Pau, na Margem Sul de Lisboa, onde vários brasileiros habitavam. Porém, como também se nota no seu título, são associadas duas imagens aos brasileiros – uma de origem mais antiga, o “samba”; outra de cariz mais recente, a “novela” – com o objetivo

de contrapor a tristeza emanada dos factos narrados ao imaginário de povo alegre e festeiro.

No subtítulo, esta correlação expõe-se mais claramente: “(...) descobriu histórias de pobreza, racismo e exploração, que desmascaram a cumplicidade linguística e o imaginário carnavalesco de povo feliz anunciado nas telenovelas.”. Como se os casos citados não fossem o suficiente para acabar com a felicidade de alguém...

Dentre os relatos dos imigrantes, dois discorrem sobre a associação estabelecida pelos portugueses entre brasileiras e prostituição: “Os portugueses não nos entendem, acham que mulher brasileira é tudo prostituta. Tratam mal a gente”; “É triste essa história de povo irmão, que fala a mesma língua. Que irmão nos trata como prostitutas (...)”.

Todavia, se a reportagem intenta expor formas de exploração e discriminação, a estereotipia não é de todo anulada do texto, emergindo de forma subtil ao caracterizar-se uma das personagens da seguinte forma: “(...) tem 26 anos, um filho de sete, a viver com a mãe, no Paraná, e a descontracção

sensual das brasileiras, ‘que faz tomar umas pelas outras’”.

Em “‘Brasileiras são prostitutas, brasileiros são ladrões’”, pequena reportagem a seguir a esta, o mesmo repórter expõe a visão dos brasileiros sobre o tratamento dos portugueses em relação a eles. No subtítulo, são indicadas em forma de hipóteses as razões para uma relação que não se mostrava pacífica: “Os imigrantes brasileiros vivem à parte, fazendo amizades entre si, namorando entre si. Choque cultural, choque sexual, ou mero efeito das ‘mães de Bragança?’”.

No entanto, a despeito deste interesse, expresso já na reportagem anterior, em expor o preconceito dos portugueses em relação aos brasileiros (sobretudo, em relação às brasileiras), a foto escolhida para ilustrá-la é a da parte inferior de um corpo feminino em trajes mínimos, carnavalescos, posicionada acima do “olho”. Ao caracterizar uma das entrevistadas, o repórter afirma tratar-se de uma jovem bonita, “usando um decote pronunciado (...)”, o que indica mais uma vez, a sua dificuldade em desvencilhar-se de seus estereótipos.

Tais inferências acerca da sensualidade das imigrantes, evidente nesta passagem e de forma mais explícita em: “(...) descontracção sensual das brasileiras, ‘que faz tomar umas pelas outras’”, sugere uma lexicalização excessiva na caracterização de brasileiras. Como explica Peter Teo (2000, p. 20):

Over-lexicalization results when a surfeit of repetitious, quasi-synonymous terms is woven into the fabric of news discourse, giving rise to a sense of ‘over-completeness’ (Van Dijk, 1991) in the way participants in the news discourse are described. It is characteristic, according to Fowler et al., that powerless people are over-lexicated (...).

Nos exemplos apontados, a excessiva caracterização tem como consequência negativa a associação das personagens ao que corresponderia a um desvio em relação à convenção social. Pois, ao indicar o carácter sensual das brasileiras, sugere-se a sua distinção relativamente a um comportamento tido como o

“normal”, conforme identificado nas portuguesas.

Por fim, em “As dores de crescimento de um biquíni”¹⁰, reportagem de 2012 do *Público*, portanto, já distante temporalmente da polémica das “Mães de Bragança”, observa-se a permanência renitente de estereótipos relacionados à sensualidade da mulher brasileira, mesmo numa reportagem da editoria de economia. Para discorrer sobre a indústria de *beach wear* brasileira, o subtítulo justifica a exploração da imagem do Brasil da seguinte forma: “O Brasil é o mais *sexy* dos países do BRIC e por isso tanto se vende a sua imagem (...)”. Todavia, nota-se neste texto uma inflexão, em que a exploração da imagem sensualizada da brasileira se desloca da morena/*mulata* para o perfil ariano das *top models*: “Esta é a moda que o Brasil primeiro começou a exportar – o seu corpo, em especial da região que deu ao mundo Gisele Bündchen [modelo loira e de olhos claros]”.

No final, a reportagem conclui que, a despeito da internacionalização do

mercado da moda e da hegemonia de grandes marcas do hemisfério norte, a moda *beach wear* permanece essencialmente brasileira. “No fim, nos padrões e no ambiente, o tropicalismo – e este último tem, sem dúvida, genes brasileiros”.

Considerações finais

Buscamos expor, a partir de textos publicados apenas alguns meses após a emergência do caso “Mães de Bragança”, que, a despeito de ter revelado de forma mais sintomática os processos de estereotipização de que as brasileiras são vítima ao serem representadas no discurso jornalístico, estes não se evidenciam apenas em textos que repousam sobre a temática da prostituição. Ainda que a imagem da brasileira como possuidora de uma sensualidade e exuberância inatas tenha encontrado campo fértil para ser trabalhada em textos que, no início do séc. XXI, relacionavam a imigração brasileira feminina a ocorrências de prostituição ilegal e tráfico de pessoas, a sua presença nos *media* mostra-se mais ubíqua.

Fruto de imaginários sociais que em Portugal remontam ao período colonial, a imagem da brasileira carrega o contributo fundamental do luso-tropicalismo, sobretudo por meio de uma das suas principais teses, a miscigenação, incorporado e alçado a ícone tanto pela cultura portuguesa quanto pela brasileira. Porém, a partir da chegada em massa de imigrantes brasileiros e da presença cada vez mais constante de sua cultura em Portugal – por meio principalmente, das telenovelas – em finais do séc. XX, as representações sociais acerca das brasileiras foram-se atualizando sem, contudo, perder seu caráter de exotismo e exuberância.

Se aqui nos preocupamos em demonstrar que a construção dessa imagem também é da responsabilidade do Estado brasileiro e da sua cultura popular, foi apenas com o intuito de proporcionar uma melhor compreensão do fenómeno, pois o nosso objeto de análise é o discurso jornalístico português acerca da brasileira, influenciado que é pelas representações sociais sobre esta minoria. Nesse sentido, o que nos interessa é questionar a presença, em Portugal, de tal

10 Cardoso, A. J. (2012). As dores de crescimento de um biquíni. *Público*, 23 de maio, pp. 26-27.

imagem e a sua utilização irrefletida pelos *media*.

Em seu artigo, Correia (2014) conclui que dez anos após o caso “Mães de Bragança”, as reportagens relacionadas aos temas “prostituição” e “imigrantes brasileiras” apresentavam um tom mais equilibrado em que, em vez de se promover o sensacionalismo, buscava-se a exposição de ângulos alternativos. Todavia, relativamente a outros textos de temática distinta, não pensamos que a imagem estereotipada da brasileira se tenha atenuado, conforme a reportagem “As dores de crescimento de um biquíni” indica.

REFERÊNCIAS

- Bosco, F. (2017). *A vítima tem sempre razão? Lutas identitárias e o novo espaço público brasileiro*. São Paulo: Todavia.
- Brito, B. M. J. & Rosas, F. (1996). *Dicionário de História do Estado Novo*. Vol. I. Lisboa: Bertrand Editora.
- Castelo, C. (1988). *O modo português de estar no mundo. O luso-tropicalismo e a ideologia colonial portuguesa (1933-1966)*. Porto: Edições Afrontamento.
- Correia, C. J. (2014). Dez anos depois de Bragança, a representação da mulher brasileira nos *media*. *Verso e Reverso*, XXVIII, 69, 186-192.
- Craveiro, C. & Carvalho, C. (2017). A um passo da branquitude: o que dizem os corpos das mulatas brasileiras. *Interfaces Científicas – Humanas e Sociais*, 6(2), 65-76.
- Dijk, V. A. T. (2005). *Discurso, Notícia e Ideologia. Estudos na Análise Crítica do Discurso*. Porto: Campo das Letras.
- Feldman-Bianco, B. (2001). Brazilians in Portugal, Portuguese in Brazil: constructions of sameness and difference. *Global Studies in Culture and Power*, 4(8), 607-650.
- Ferin-Cunha, I. (2005). A mulher brasileira na televisão portuguesa. In *Actas do III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico*. V. III. (pp. 535-553). Disponível em: www.bocc.ubi.pt/pag/cunha-isabel-a-mulher-brasileira-na-televisao-portuguesa.pdf.
- França, J. M. C. (2003). Mulheres dos trópicos. *Revista Trópico*. Disponível em: <http://www.revistatropico.com.br/tropico/html/textos/1651,1.shl>.
- Freyre, G. (1933/ 2006). *Casa grande & senzala*. São Paulo: Global.
- Hoijer, B. (2011). Social Representations Theory. A New Theory for Media Research. *Nordicom Review*, 32, 3-16.
- Lippmann, W. (1922/ 1998). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- Lourenço, E. (2015). *Do Brasil. Fascínio e Miragem*. Lisboa: Gradiva.
- Machado, R. J. I. (2003). *Cárcere público: processos de exotização entre imigrantes brasileiros no Porto* (tese de doutoramento). Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=vtls000300843>.
- Malheiros, M. J. (2007) *Imigração brasileira em Portugal*. Lisboa: Alto Comissariado para Imigração e Diálogo Intercultural – ACIDI.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of Social Representation. *European Journal of Social Psychology*, 18, 211-250.
- Oliveira, F., Cabecinhas, R. & Cunha-Ferin, I. (2011). Retratos da mulher brasileira nas revistas portuguesas. In *Encontros de Estudos Multidisciplinares em Cultura*. Bahia: UFBA.

Padilla, B. (2007). A imigrante brasileira em Portugal: considerando o género na análise. In M. J. Malheiros (org.) *Imigração brasileira em Portugal* (pp. 113-134). Lisboa: Alto Comissariado para Imigração e Diálogo Intercultural – ACIDI.

Pan, Z. & Kosicki, M. G. (1993). Framing analysis: An Approach to News Discourse. *Political Communication*, 10, 55-75.

Pais, M. J. (2010). “Mães de Bragança” e Feitiços: Enredos Luso-Brasileiros em Torno da Sexualidade. *Revista de Ciências Sociais*, 41(2), 9-23.

Pontes, L. (2004). Mulheres brasileiras na mídia portuguesa. *Cadernos Pagu*, 23, 229-256.

Queiroz, C. (2016). Representações das imigrantes brasileiras na imprensa portuguesa – uma análise do jornal Público. In *Atas do IX Congresso Português de Sociologia. Portugal, território de territórios*.

Teo, P. (2000). Racism in the news: a Critical Discourse Analysis of news reporting in two Australian newspapers. *Discourse & Society*, 11(1), 7-49.

*Elizângela Costa
de Carvalho Noronha*

Doutoranda em Ciências da Comunicação da

Faculdade de Letras da Universidade de

Coimbra (FLUC)

elize.noronha@gmail.com

ORCID: 0000-0001-8341-2016

Mother(Hood)ing

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_7

Resumo

Entre as diversas experiências humanas, poucas são alvo de tanta prescrição quanto a maternidade. Não faltam modelos, padrões e regras a serem seguidos por mulheres recém-chegadas a este universo, ou mesmo pelas mais experientes. Neste artigo, busca-se discutir a disputa de sentidos entre as noções de maternidade enquanto “natureza feminina” ou como “experiência feminina”. A partir da Análise Crítica Feminista do Discurso (Lazar, 2007) empreendida sobre Edição Especial da Revista Crescer, é possível demonstrar a devida distinção entre as noções de “motherhood” e “mothering” (O’Reilly, 2004).

Palavras-chave: maternidades; revista; natureza; discurso; gênero.

Abstract

Among the diverse human experiences, few are the focus of as much prescription as motherhood. There is no shortage of models, standards and rules to be followed by women who are newcomers to this universe, or even the most experienced. In this article, we try to discuss the dispute of meanings between the notions of motherhood as “feminine nature” or as “female experience”. Thus, it is sought to show the proper distinction between the notions of “motherhood” and “mothering” (O’Reilly, 2004), based on the Feminist Critical Discourse Analysis (Lazar, 2007).

Keywords: maternity; magazine; nature; discourse; gender.

*We were conspirators, outlaws
from the institution of motherhood.*

Adrienne Rich

Maternidade – Outra concepção

Percorrer as prateleiras de uma banca de revistas é mergulhar em um universo de concorrência. Uma breve observação é suficiente para perceber publicações sob os mais diversos títulos, acerca de assuntos variados e destinados a públicos heterogêneos. Entre publicações de moda, artesanato, decoração, culinária e horóscopos, a presença de “volumes para mães” ocupam espaços entre as “propostas de leitura para mulheres”. Este trabalho terá como foco a análise de uma revista deste segmento, denominada *Crescer*. Como a edição selecionada chega às bancas como um “Especial Gravidez”, o ponto de partida aqui adotado é investigar como a publicação propõe sentidos relacionados às noções de maternidade.

Para tanto, o percurso traçado neste artigo busca mostrar os movimentos de naturalização da maternidade – inclusive numa perspectiva feminista, a

partir de propostas ecofeministas; e apresentar a discussão entre as noções de *motherhood* e *mothering* – que diferem em seus significados como capacidade reprodutiva na primeira e experiência sócio-cultural na segunda. Cabe ainda a este artigo discutir os conflitos entre a mulher e a mãe, problematizando os discursos médicos/religiosos/naturalistas que buscam moldar padrões para as experiências da maternidade.

A partir dessa discussão, a análise dos textos em destaque na capa da publicação mostra discursos que exploram a maternidade como uma experiência: *natural/biológica*, na medida em que o instinto materno é dado como inato, por exemplo; *resiliente/altruísta*, já que a mulher precisa se conformar com as transformações do seu corpo provenientes da gestação; de *insegurança* para as mulheres e, portanto, *carente de prescrição* – sobretudo do ponto de vista médico; *festiva*, expressa a partir da *sublimação* e do *afastamento de quaisquer conflitos*; ou, em menor medida, como uma *experiência feminina* na qual cada mulher pode manifestar reações ou sentimentos diversos, no entanto, desde

que mantenha o *controle* e “não faça escândalos”.

Da natureza materna à maternidade desnaturalizada

Os aspectos biológicos têm sido historicamente utilizados como ferramentas das ciências naturais para classificar e categorizar os seres vivos entre espécies, classes e famílias. A partir da apropriação dessa noção de “natureza”, os humanos – autodeclarados como os únicos animais racionais – têm orientado tradições culturais e definido papéis sociais de acordo com as “características naturais” dos seres, inclusive entre os próprios humanos. Autoras feministas como Stacy Alaimo alertam, inclusive, que ao utilizar o biológico como parâmetro, passou a ser atribuído à parcela feminina da espécie humana um lugar degenerado, marcado por uma condição de subalternidade¹ e reduzido ao papel da reprodução biológica.

¹ O termo subalterno representa “as camadas mais baixas das camadas da sociedade constituídas pelos modos específicos de exclusão dos mercados, da representação

Ao perceber o humano estritamente a partir de sua natureza biológica, incorre-se em um tipo de essencialismo, ou seja, numa convicção do senso comum utilizada para definir características a um indivíduo ou grupo, o que acaba por reduzir complexos processos de construção das práticas sociais a uma noção de que características, habilidades, atividades, papéis e valores são definidos como femininos ou masculinos com base em “atributos” biológicos. E, segundo Alaimo (2006), este é o ponto de partida para a consolidação dos dualismos (homem/mulher, natureza/cultura, mente/corpo, etc) responsáveis, em grande medida, pela manutenção da hierarquia de gênero, pois atribuem funções de maiores ou menores importâncias/reconhecimentos de acordo com o sexo.

Em contrapartida, a corrente do ecofeminismo defende o termo natureza como uma postura transformadora. Nessa perspectiva, a maternidade é apresentada como marcador da diferença de gênero e tem atribuído sobre

si um valor essencialmente feminino, como “instinto transcendental” inerente às mulheres de gerar e cuidar, sobretudo da Terra (Magalhães, 2010), já que o objetivo do ecofeminismo é propor uma consciência feminina fundada na estreita ligação entre humanos e natureza. Para tanto, reforçar as diferenças (sobretudo “naturais”) entre mulheres e homens e os contributos diferenciados de cada um é um ponto fundamental. “O corpo, como dado empírico, será sempre o lugar a partir de onde se simboliza” (Magalhães, 2010, p. 117 e ss.).

No entanto, esse ponto de vista vem sendo discutido por outras teóricas, escritoras e ativistas feministas exatamente por ser percebido como uma maneira essencialista de referir as questões de gênero. Nesse sentido, o ideal de maternidade (“*motherhood*”²) vem sendo utilizado por correntes ecofeministas como um arquétipo, ou seja, como retórica universal que atribui unicamente às mulheres a capacidade de cuidar e nutrir/criar a Terra. Dessa maneira, além de impor às mulheres

um compromisso incondicional de proteger e sustentar o ambiente (Lynn, 1994, p. 146 e ss.); a feminilidade passa a ser confundida como sinônimo da maternidade, apesar de muitas mulheres decidirem não ter filhos na contemporaneidade.

Segundo a autora, devido à sua natureza transcultural, a maternidade atua como arquétipo poderoso, já que figura como símbolo acima de questionamentos e distante dos conflitos sociais, culturais ou históricos presentes nas práticas cotidianas. Com isso, tornou-se um ideal romântico capaz de obscurecer as forças históricas e ideológicas que a moldaram e continuam a determinar padrões para “boas mães” ao prescrever práticas e julgar experiências. “O arquétipo maternal é um poderoso meio para transmitir a importância das relações de cuidado e devoção altruísta” (Lynn, 1994, p. 147 e ss.) e atribuir às mulheres a função de cuidar e criar como parte de um fenômeno “natural”, limitando as atitudes psicológicas femininas para o amor sem limites e para o auto sacrifício.

O reforço ao ideal da maternidade como natural, presente no

política e legal, e da possibilidade de se tornarem membros plenos no estrato social dominante” (Spivak, 2010, p. 12).

² Entende-se neste artigo a distinção entre *motherhood* e *mothering*. Essa diferenciação, no entanto, será abordada mais adiante.

ecofeminismo, contribui também para a manutenção da ordem social patriarcal, já que o arquétipo materno constrói uma analogia entre a reprodução biológica enquanto função feminina e os ciclos da natureza; e reafirma o contrato socialmente criado que as mulheres são quem detém os requisitos (não apenas biológicos) para serem mães, mas também os psicológicos, emocionais e ambientais (Lynn, 1994, p. 151 e ss.).

Dessa maneira, é parte de uma noção essencialista a corriqueira colocação de termos como “natureza feminina”, “Mãe Terra” ou “quinta essência da mulher”, por exemplo. Por isso, a perspectiva naturalista vem sendo combatida por teóricas, escritoras e ativistas feministas que entendem que o “conceito de mulher não é natural, mas cultural; não é atemporal, mas histórico; não é predeterminado, mas resultado da socialização” (Alaimo, 2006, p. 532 e ss.).

Nessa direção, as noções de maternidade vêm sendo discutidas por feministas de forma crescente nas últimas décadas. A distinção crucial entre “*motherhood*” e “*mothering*” (cf. *supra*) foi proposta pela autora

feminista Adrienne Rich e, segundo a leitura que Andrea O’Reilly faz do texto “*Of Woman Born*”, marcou a compreensão de que a experiência feminina/feminista da maternidade (“*mothering*”) difere da instituição impositiva e patriarcal da reprodução feminina (“*motherhood*”) (O’Reilly, 2004, p. 159 e ss.).

A partir desse posicionamento, as maternidades³ podem ser percebidas não mais a partir do local de opressão definido pela ordem androcêntrica, mas a partir de uma definição feminista que ressignifica a maternidade como fonte potencial de poder, considerando que as mães podem promover mudanças sociais de gênero ao socializar as crianças “nos termos de uma transformação do padrão tradicional da aculturação de gênero” (O’Reilly, 2004, p. 160 e ss.).

Ao deslocar a maternidade da “natureza” para a experiência feminina, as vozes da cultura e da história que

tanto naturalizaram a “*motherhood*” passam a ser discutidas e colocadas como dilemas a serem enfrentados pelas mulheres. Nessa perspectiva, o dilema inicial é como conciliar maternidade e autonomia individual, já que “a mulher assume a responsabilidade de comandar a família e ainda tem mais trabalho na reprodução e criação dos filhos. Essa dupla jornada restringe sua participação na economia, vida cultural e social; e atualmente é a principal fonte das desigualdades nas sociedades ocidentais” (Allen, 2005, p. 1 e ss.).

E, apesar de ser crescente – sobretudo nos países ocidentais e considerados desenvolvidos – o número de mulheres que optam por não ter filhos⁴, a tendência de identificar feminilidade com maternidade molda os ambientes em que as mulheres – indistintamente – vivem, estudam ou trabalham. Dessa maneira, Allen (2005, p. 2 e ss.) adota o termo “*maternalism*” para denotar a percepção de que o “instinto materno”

3 Cabe ressaltar que a tradução literal de *motherhood* e *mothering* para o português é maternidade. No entanto, em inglês, há a distinção de sentidos, sendo o primeiro relacionado à capacidade reprodutiva da mulher e o segundo com a noção de afetividade, de amor materno.

4 Segundo dados divulgados pela ONU/Brasil (disponível em: <https://nacoesunidas.org/apesar-de-baixa-fertilidade-mundo-tera-98-bilhoes-de-pessoas-em-2050/>), a taxa de natalidade global vem diminuindo nos últimos anos, sobretudo na Europa.

é visto como vocação feminina universal, uma missão moral ou um dever de cidadania. Essa ideia de instinto é para a reflexão feminista sobre a maternidade uma questão central, já que enseja a discussão sobre até que ponto a natureza e a cultura incidem sobre o comportamento materno.

Por afirmar que o “amor materno” não é um instinto inato e foi historicamente construído como forma de reservar às mulheres a responsabilidade resiliente do cuidado com os filhos, Badinter (1985) provocou intensas reações – sobretudo críticas – ao lançar o livro *“Um amor conquistado: o Mito do Amor Materno”*. “Aos olhos de muitos, não amar um filho é o crime inexplicável. E quem procura mostrar que esse amor não é indefectível é imediatamente suspeito de ser um insensato, ou um acusador injusto das mulheres do passado, ou ainda de interpretar propósitos e comportamentos em função de valores atuais” (Badinter, 1985, p. 13 e ss.).

Badinter (1985) defende que, para evitar que as crianças continuassem sendo enviadas para as amas-de-leite logo depois do nascimento, com quem permaneciam até os seis anos; uma

maneira encontrada por médicos – e reforçada pela influência das obras de Rousseau e Freud – foi determinar às mulheres o cuidado dos filhos, atribuindo-lhes uma missão “divina” (assemelhada à imagem da Virgem Maria), em nome do bem-estar social e da felicidade da família. Isso porque, nos séculos XVII e XVIII, era alto o índice de mortalidade nos primeiros anos de vida entre essas crianças.

Ao analisar o contexto contemporâneo, a filósofa percebe que a necessidade de convencer as mulheres acerca do instinto materno já não seria em nome da sobrevivência das crianças, dado que as taxas de mortalidade infantil são muito menores atualmente, mas sim em nome do bem-estar de crianças e adultos, além de contribuir para a harmonia social.

Ancorada na análise de sondagens de opinião, dados estatísticos e na leitura crítica de diferentes teorias relacionadas à maternidade, Badinter (2010) volta a problematizar a maternidade com o objetivo de demonstrar como o “instinto materno” vem sendo ressignificado na contemporaneidade por meio da coerção médica, religiosa e social. Para a autora, a maternidade

é vista por uma lente opaca, ou seja, ainda prevalece a visão restrita ao amor idealizado e que ignora sua outra face, feita de esgotamento, frustração, solidão e culpa – em medidas diferentes para cada mulher, claro. Mas, até para aquelas que se percebem infelizes, confessar o fracasso ou a frustração diante da maternidade é algo indizível.

Entre os efeitos relacionados a essa frustração estão: redução das taxas de natalidade⁵, aumento da idade média da maternidade, crescimento das mulheres no mercado de trabalho e diversificação dos modos de vida femininos, inclusive com novos modelos de casais sem filhos ou mulheres celibatárias, por exemplo. Em contra-ataque a esses indicadores, correntes naturalistas continuam

5 Em outubro de 2017, o Instituto Nacional de Estatística (INE) divulgou uma pesquisa mostrando que as mulheres residentes de Leiria e Coimbra são as que têm o primeiro filho mais tarde em Portugal, por volta dos 31 anos. O estudo, Retrato Territorial de Portugal, fez o levantamento durante o período de 2011 e 2016 e mostrou ainda que a idade média para a primeira gravidez aumentou em todo o território português (Disponível em: <https://www.dn.pt/sociedade/interior/portuguesas-sao-maes-a-partir-dos-30-anos-5154167.html>).

propondo maneiras diversas de atualizar o “instinto materno”, numa “guerra subterrânea” que utiliza a ideia de natureza, biologia e essência feminina como principais armas.

Expressões dessa disputa entre “natureza” e “experiências” são exemplificadas pela autora na diabolização da ciência (com a corrente que associa as pílulas contraceptivas ao câncer, por exemplo), na rejeição às técnicas hospitalares (apesar da ressalva à violência obstétrica que tem feito mais mulheres optarem pelos partos naturais), nas campanhas para amamentação (mesmo com a diversificação e melhoria da qualidade dos leites artificiais), na não utilização de fraldas plásticas e na formulação de teorias como a do vínculo (*bond*), que defende o contato “pele com pele” logo após o nascimento como forma de despertar o instinto maternal e evitar danos irreversíveis às crianças.

Ao problematizar estas questões, Badinter busca desnaturalizar os discursos da saúde e da moral que ainda ditam moldes para a maternidade. Seu objetivo é demonstrar que existem maternidades, múltiplas, diversas. Sem determinismos biológicos, pressões

sociais, com olhar atento à história pessoal, cultural e ao percurso psicológico de cada mulher, talvez se torne possível tratar a maternidade longe da sublimação distanciada da realidade que ainda a encobre.

Dos conteúdos aos discursos

Para a realização deste artigo, propõe-se a utilização de ferramentas fornecidas pela Análise de Conteúdo (Bardin, 2014) associada à Análise Crítica Feminista do Discurso (Lazar, 2007) como forma de identificar, selecionar e categorizar as marcas linguísticas relacionadas à construção acerca da maternidade com o objetivo de perceber as disputas de sentidos entre os discursos *médico/biológico*, *resiliente/altruísta*, *festivo/sublimação* e *prescritivo* sobre essa experiência.

O *corpus* selecionado para análise é composto por textos da Edição Especial nº 55, Ano 2017/2018, da Revista Crescer. Nela, será realizada a investigação nos textos destacados na capa da publicação, o que totaliza dez matérias distribuídas ao longo do volume. Este critério de seleção parte do entendimento que é a partir das

“chamadas” de capa que a publicação deverá ser escolhida entre suas possíveis futuras leitoras.

A Análise de Conteúdo é definida como um conjunto de técnicas de análise com foco nas comunicações e tem como trunfo a possibilidade de ser adaptável a um vasto campo de manifestação das comunicações e suas nuances. O seu objetivo é fornecer elementos para a realização de inferências a partir de invariantes de análise definidas na observação da regularidade no *corpus*.

Para o trabalho de identificação das categorias de análise, bem como para a interpretação dos mesmos, adota-se como lente de observação a problematização realizada pela Análise Crítica Feminista do Discurso, que busca “avançar em direção a uma compreensão do trabalho complexo do poder e da ideologia no discurso de sustentação (hierarquização) da ordem social de gênero” (Lazar, 2007, p. 141 e ss.). A autora parte da percepção de que gênero é uma categoria em intersecção com outras categorias como identidade social, etnia, classe social, identidade sexual e localização geográfica; e que a assimetria de gênero

assume múltiplas formas nas sociedades modernas, em diferentes níveis e vias distintas nas comunidades (Lazar, 2007, p. 142 e ss.).

Dessa maneira, a Análise Crítica Feminista do Discurso tem como objetivo buscar a justiça social e a transformação social do gênero. É uma perspectiva política a partir da qual se busca a desnaturalização das relações de gênero, de poder e ideológicas cristalizadas nos discursos. Para seu empreendimento, Lazar (2007) estabelece cinco princípios para uma *práxis* feminista discursiva.

O primeiro deles é o ativismo analítico feminista, que consiste na crítica aos discursos que sustentam a ordem social sexista e patriarcal e, portanto, favorecem os homens em detrimento das mulheres dentro do grupo social. O segundo princípio percebe gênero como estrutura ideológica, ou seja, divide as pessoas entre duas classes – homens e mulheres – e produz uma relação hierárquica de dominação e subordinação entre os sexos. A complexidade do gênero e das relações de poder é o princípio a partir do qual a luta entre interesses femininos e masculinos podem ser explicitadas de

diversas formas, dimensões e níveis nas variadas comunidades de práticas⁶. Neste princípio, a autora chama a atenção para as formas óbvias de assimetria de gênero, como a violência física contra as mulheres, o assédio sexual e a difamação das mulheres.

O quarto princípio diz respeito ao discurso para a (des)construção do gênero. A preocupação da Análise Crítica Feminista do Discurso a partir deste princípio é problematizar as comunidades de prática em suas ordens de gênero, ou seja, nos modos como definem como mulheres e homens falam e são textualmente representados; nas construções discursivas que definem as maneiras de ser mulher e de ser homem; e sobre as formas de masculinidade geram hierarquias de opressão sobre as mulheres nos mais diversos espaços.

6 O conceito é utilizado por Lazar, mas adotamos como referência para comunidades de práticas o texto de Penelope Eckert e Sally McConnel-Ginet que o define como “um conjunto de pessoas agregadas em razão do engajamento mútuo em um empreendimento comum. Modos de fazer coisas, modos de falar, crenças, valores, relações de poder – em resumo, práticas” (Eckert *et al.*, 1992, p. 103). Esta noção se aplica, neste trabalho, ao jornalismo – também considerado uma comunidade de prática.

A crítica reflexiva na *práxis* é o quinto princípio norteador da Análise Crítica Feminista do Discurso e tem como preocupação fomentar a conscientização para a inclusão efetiva das mulheres com a criação de oportunidades objetivas para uma participação justa na esfera pública. A partir destes princípios, a análise proposta neste trabalho busca identificar como são construídos discursivamente a noção de maternidade nos textos de destaque da Edição Especial nº 55, Ano 2017/2018, da Revista Crescer.

Análise do corpus

Nas fases de pré-análise e exploração do material, que consistem na escolha dos documentos a serem analisados, na formulação das hipóteses, dos objetivos e na definição das categorias de análise (Bardin, 2014), foi observada a presença recorrente de discursos que caracterizam a maternidade a partir de uma experiência *natural/biológica, resiliente/altruísta, festiva/sublime, de negação aos conflitos, de insegurança* para as mulheres, que deve ser mantida *sob controle, vivida entre mulheres, carente de prescrição*

e, em menor medida, uma *experiência feminina* diversa, particular. Estas são as categorias estabelecidas para a análise que segue.

Na categoria que atribui à maternidade valores *naturais e biológicos*, é possível perceber a utilização dos termos natural e normal como sinônimos. Desde que a mulher entenda seu papel de fêmea na reprodução (“*O trabalho de parto é um processo natural que demora algum tempo*” – p. 35), reconheça seus instintos (“*Para além da ligação entre mãe e filho*” – p. 74) e se perceba mamífera, um ser biológico em essência (“*Outros permitem que dê logo de mamar ao seu filho, uma vez que a sucção facilita a libertação da ocitocina*” – p. 40); a maternidade correrá dentro de um ideal natural/natural desejado (“*O parto é provocado quando a sua saúde e/ou a do bebé estão em risco*” – p. 40).

Enquanto *experiência resiliente e altruísta*, uma das categorias com maior registro de ocorrências no *corpus*, a maternidade é um misto de sofrimento e silenciamento. Ao mesmo tempo em que transformações no corpo, por exemplo, possam gerar insatisfações, estas devem ser compreendidas

com resiliência, sem questionamentos. (“*(...) para que as futuras mães aceitem a sua nova silhueta de forma mais confiante possível, durante os nove meses!*” – p. 24). Mesmo as dores do parto devem ser suportadas (“*(...) não corra para a maternidade às primeiras contrações*” – p. 35) com discrição (“*(...) quando sentir que vai ter uma contração, descontraia-se e respire fundo*” – p. 35) e será recompensada com o nascimento (“*Depois de permanecer entre 12 e 14 horas em trabalho de parto (...) ou cerca de sete horas (...), eis que chega a hora de o seu bebé nascer*” – p. 35).

A *sublimação* está associada também ao caráter *festivo* que a maternidade pode apresentar (“*(...) a notícia da ‘visita da cegonha’ é recebida pela futura mamãe com entusiasmo*” – p. 34). No entanto, mostra-se um instrumento de exaltação a um caráter espiritual, transcendental, resignificando uma experiência real (“*Assim que o seu filho sai, irá sentir uma sensação de alívio e, ao mesmo tempo, uma sensação de grande alegria. É um momento indescritível!*” – p. 43). Nos textos analisados, a maternidade também é apresentada

como uma *experiência* compartilhada entre mulheres (“*Normalmente, os preparativos são feitos pela mãe da grávida ou por uma amiga*” – p. 28), o que afasta a presença masculina desse universo e reserva somente às mulheres tal experiência.

A *sublimação* abre caminho a outra maternidade, que nega a existência de quaisquer conflitos que possam ameaçar a apreciação distanciada da vivência real. A partir do reforço às qualidades desejadas (“*Que grávida tão bonita!*” – p. 24), de “recursos” capazes de reduzir qualquer desconforto (“*Truques para ter uma ‘hora pequena’*” – p. 34) ou da minimização de insatisfações (“*Para muitas mulheres, essa pode ser uma experiência ‘menos simpática’*” – p. 69), são propostos sentidos de sustentação à maternidade como uma dádiva “sublime”, irretocável e inquestionável.

No entanto, a associação entre a insegurança da mulher diante da maternidade (“*(...) para que se sinta tranquila ao longo da gestação*” – p. 34) e a orientação *prescritiva* (“*(...) por isso damos-lhe alguns conselhos sobre a forma como deve encarar o seu novo estado e as alterações que deve fazer na*

sua rotina diária (...)” – p. 34) atuam como um sistema de retroalimentação que, ao mesmo tempo, expõe a insegurança causada por uma falta de conhecimento e reafirma a necessidade de consultar a revista em busca desse conhecimento apresentado, sobretudo, a partir do ponto de vista médico. Em alguns casos, há a sobreposição entre estas duas categorias de análise, já que diz a um só tempo como a mulher deve agir a partir de sua insegurança (“*Não se faça de forte*” – p. 35).

Em menor ocorrência, verifica-se a presença de representações da maternidade como uma *experiência feminina* (“*mothering*”), ou seja, diversa como as mulheres (“*As alterações são diversas e podem ser ‘sentidas’ de forma e intensidade diferente de mulher para mulher*” – p. 69) e vividas de acordo com suas escolhas (“*Não se iniba de mudar de opinião*” – p. 35). Porém, ainda nesses casos, há a presença da orientação *prescritiva*, desconfiança diante da multiplicidade de experiências (“*Se é verdade que todas as gestações são diferentes, o mesmo acontece com o momento em que se inicia o trabalho de parto*” – p. 42) e a necessidade de impor *controle*

(“*É claro que deve procurar conter-se e não fazer escândalo, mas se lhe apetece gritar, não se reprima*” – p. 35).

Considerações finais

Vimos neste artigo que a maternidade é uma entidade social construída ao longo da história e de acordo com a cultura em que está inserida. No Ocidente, vem sendo apresentada a partir de seus aspectos biológicos/naturais e, com isso, tem sido reforçada como um papel exclusivamente feminino na reprodução e criação dos filhos.

Como alerta a crítica feminista apresentada logo no início do texto, essa naturalização da maternidade é uma forma de atribuir aos aspectos biológicos a determinação dos papéis sociais para mulheres e para homens e, dessa maneira, reafirmar a hierarquia de gênero. Diante disso, discutir a maternidade a partir de um olhar feminista é perceber os dilemas e conflitos envolvidos nessa experiência.

Para tanto, desnaturalizar os discursos que ainda moldam suas práticas é um esforço – empreendido também neste artigo, ainda que sobre um *corpus* específico e

limitado – necessário para denunciar o caráter sexista, androcêntrico e patriarcal que vem sendo atribuído à maternidade. Dessa maneira, além de mostrar que a Revista *Crescer* em análise atribui à experiência da maternidade valores como “*biológico/natural*”, “*sublimação/altruísmo*” ou de “*insegurança*” e fragilidade para as mulheres, o presente artigo denuncia o favorecimento aos homens, em detrimento às mulheres, reservadas à obrigação de gerar e cuidar dos filhos e da Terra, como explicitado por vezes do ecofeminismo.

Ao afirmar que somente a voz da mãe tem a capacidade de acalmar o bebê e que logo após o nascimento ela poderá pegar o filho no colo como forma de “despertar o amor materno”, a Revista faz coro aos discursos biológicos/naturais, reforçados pela perspectiva médica, de que a maternidade transcende à experiência feminina e representa, na verdade, sua essência enquanto mulher.

Até mesmo ao sugerir a participação masculina quando afirma que “*papás e mamãs de primeira viagem ficam de rastos diante do mar de tarefas a desempenhar antes da chegada*

do bebê”, a publicação concede à figura masculina o papel de protagonismo na condução das decisões em família, numa ordem patriarcal. No entanto, é na ausência da fala dessa mulher que experimenta a maternidade ou que se depara com os conflitos provenientes dessa vivência, que os discursos androcêntricos se mostram mais eloquentes.

Somente em um dos dez textos analisados há a presença da mulher enquanto enunciadora. Em um quadro demarcado sob a rubrica “*Testemunho real*” e limitado às colunas mais à direita da página, no fim da reportagem; uma mulher não identificada no texto – nem por meio de fotografia – comenta porque decidiu fazer uma cirurgia íntima feminina, no qual afirma “*não sentir mais pudor nem reserva*” no ato sexual após a redução dos lábios vaginais. Nos demais textos, a Revista enquanto enunciadora jornalística assume o papel de apresentar as questões e propor “soluções” ao adotar discursos médicos para orientar e prescrever comportamentos, mas assumindo um lugar de poder e legitimação.

Na maior parte dos casos, as fotografias utilizadas são meramente

ilustrativas, ou seja, têm relação com o conteúdo tratado, mas não mostram pessoas entrevistadas. Essa utilização de imagens icônicas reforça a noção de maternidade como um arquétipo universal, uma entidade compartilhada socialmente e que se sobrepõe às experiências múltiplas individuais das mulheres.

REFERÊNCIAS

- Alaimo, S. (2016). Nature. In L. Disch & M. Hawkesworth (orgs.) *The Oxford Handbook of Feminist Theory* (pp. 531-550). New York: Oxford University Press.
- Allen, A. T. (2005). *Feminism and Motherhood in Western Europe 1890-1970. The Maternal Dilemma*. Palgrave Macmillan.
- Badinter, E. (2010). *O Conflito: a Mulher e a Mãe*, Tradução de R. Faria. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Badinter, E. (1985). *Um amor conquistado: o Mito do Amor Materno*, Tradução de W. Dutra. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Bardin, L. (2014). *Análise de Conteúdo*, Tradução de L. A. Reto & A. Piniheiro. Lisboa: Edições 70.
- Eckert, P. et al. (1992). Comunidades de práticas: lugar onde co-habitam linguagem, gênero e poder. In A.C. Ostermann (ed.) *Linguagem, Gênero, Sexualidade: clássicos traduzidos* (pp. 93-107). São Paulo: Parábola Editorial.
- Ibérico, F. (2017/2018). Voltar à forma física antiga. *Revista Crescer*, Edição Especial n.º 55, 68-71.
- Impala Multimedia Ed. (2017/2018). Que grávida tão bonita! *Revista Crescer*, Edição Especial n.º 55, 24.
- Impala Multimedia Ed. (2017/2018). Preparar o chá de bebê. *Revista Crescer*, Edição Especial n.º 55, 28-30.
- Impala Multimedia Ed. (2017/2018). 10 passos para um parto mais fácil. *Revista Crescer*, Edição Especial n.º 55, 34-35.
- Impala Multimedia Ed. (2017/2018). O (grande) dia do nascimento: Como calcular a data do parto. *Revista Crescer*, Edição Especial n.º 55, 36-37.
- Impala Multimedia Ed. (2017/2018). Já na sala de partos: É agora! *Revista*

- Crescer*, Edição Especial n.º 55, 38-40.
- Impala Multimedia Ed. (2017/2018). O bebé vai nascer. *Revista Crescer*, Edição Especial n.º 55, 42 -43.
- Impala Multimedia Ed. (2017/2018). O quarto ideal para o bebé. *Revista Crescer*, Edição Especial n.º 55, 78 -80.
- Lazar, M. (2007). Feminist Critical Discourse Analysis. *Critical Discourse Studies*, 4(2), 141-164.
- Lynn, M. (1994). Feminism, ecofeminism, and the maternal archetype: Motherhood as a feminine universal. *Communication Quarterly*, 42(2), 145-159.
- Magalhães, I. (2010). A instância corpórea do humano: Sexualidades e subjetividades, mulheres e ética. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 89, 111-125.
- O'Reilly, A. (2004). Mothering against Motherhood and the Possibility of Empowered Maternity for Mothers and Their Children. In A. O'Reilly (ed.) *From motherhood to mothering: the legacy of Adrienne Rich's of woman born* (pp. 159-174). New York: State University of New York Press.
- Soares, M. (2017/2018). Aliviar as cólicas: O rompimento dos primeiros dentes. *Revista Crescer*, Edição Especial n.º 55, 74-75.
- Spivak, G. C. (2010). *Pode o Subalterno Falar?*. Minas Gerais: Editora UFMG.
- Tarouca, M. (2017/2018). Truques para fotografar o seu bebé em casa. *Revista Crescer*, Edição Especial n.º 55, 76-77.

Anexo

TABELA DE ANÁLISE DO *CORPUS*

| MATERNIDADES/EXPERIÊNCIA | DISCURSOS/AMOSTRAS |
|--------------------------|--|
| NATURAL/BIOLÓGICA | <p>“O trabalho de parto é um processo natural que demora algum tempo” – p. 35</p> <p>“(…) há a possibilidade de tomar o seu filho nos braços logo após o parto. O objetivo consiste em fomentar, desde logo, a relação entre si e o bebé” – p. 40</p> <p>“Outros permitem que dê logo de mamar ao seu filho, uma vez que a sucção facilita a libertação da ocitocina, uma hormona que favorece a contração uterina” – p. 40</p> <p>“O parto é provocado quando a sua saúde e/ou a do bebé estão em risco” – p. 40</p> <p>“(…) a sua voz irá deixa-lo (o bebé) tranquilo” – p. 40</p> <p>“Logo após a conceção e durante a gestação, o corpo da mulher passa (sic) inúmeras adaptações anatómicas, metabólicas e fisiológicas para permitir o normal desenvolvimento de uma nova vida” – p. 69</p> <p>“Para além da ligação entre mãe e filho” – p. 74</p> |
| RESILIENTE/ALTRUÍSTA | <p>“(…) para que as futuras mães aceitem a sua nova silhueta de forma mais confiante possível, durante os nove meses!” – p. 24</p> <p>“(…) frequentar um curso de preparação para o parto funciona como uma boa solução para resolver algumas dúvidas e aprender técnicas que poderão ajuda-la... quando as dores apertarem” – p. 35</p> <p>“(…) quando sentir que vai ter uma contração, descontraia-se e respire fundo” – p. 35</p> <p>“(…) ajuda a suportar melhor a dor” – p. 35</p> <p>“(…) não corra para a maternidade às primeiras contrações” – p. 35</p> <p>“O ideal será dar entrada apenas quando as contrações atingirem um ritmo regular ou se bolsa se romper” – p. 35</p> <p>“Depois de permanecer entre 12 e 14 horas em trabalho de parto (...) ou cerca de sete horas (...), eis que chega a hora de o seu bebé nascer” – p. 35</p> <p>“(…) procure descontrair no intervalo das contrações, para que consiga recuperar forças” – p. 39</p> <p>“O grande momento” – p. 39</p> <p>“(…) ser-lhe-à suturada a zona do períneo, caso tenha sido submetida à episiotomia” – p. 39</p> <p>“O corte cirúrgico que é feito na zona do períneo (...) é efetuado no momento da contração, pelo que não irá sentir qualquer dor” – p. 40</p> |
| FESTIVA/SUBLIME | <p>“A ideia (...) é mimar a futura mãe” – p. 28</p> <p>“Definir o tema é bastante divertido” – p. 28</p> <p>“(…) a notícia da “visita da cegonha” é recebida pela futura mamãe com entusiasmo (...)” – p. 34</p> <p>“Sabemos que o parto pode ser um dos momentos mais bonitos na vida de uma mulher (...)” – p. 34</p> <p>“O (grande) dia do nascimento” – p. 36</p> |

| | |
|------------------------------|--|
| | <p>“Assim que o seu filho sai, irá sentir uma sensação de alívio e, ao mesmo tempo, uma sensação de grande alegria. É um momento indescritível!” – p. 39</p> <p>“O momento em que vai ter o seu filho nos braços aproxima-se quando começar a sentir estes sintomas” – p. 43</p> <p>“Registar momentos únicos e inesquecíveis” – p. 76</p> <p>“A espera do primeiro filho é excitante e pode ser stressante” – p. 78</p> |
| CARENTE DE PRESCRIÇÃO | <p>“Basta seguir as indicações que se seguem” – p. 34</p> <p>“(…) por isso damos-lhe alguns conselhos sobre a forma como deve encarar o seu novo estado e as alterações que deve fazer na sua rotina diária (…)” – p. 34</p> <p>“Por isso, siga estes dez conselhos práticos que vão ajuda-la a estar preparada e a facilitar o parto” – p. 34</p> <p>“Coma de forma equilibrada” – p. 35</p> <p>“A futura mãe deve ter um cuidado especial com os alimentos que ingere e com a forma como faz as refeições” – p. 35</p> <p>“Inscreva-se num curso de preparação para o parto” – p. 35</p> <p>“São muitas as alterações estéticas depois da gravidez: gordura localizada, retenção de líquidos, alterações vaginais e a nível mamário, que podem ser facilmente resolvidas através de exercícios físicos bem como recorrendo a tratamentos estéticos” – p. 68</p> <p>“As alterações físicas transformam muitas mães mas existem soluções para todos esses problemas estéticos” – p. 68</p> |
| ENTRE MULHERES | <p>“Normalmente, os preparativos são feitos pela mãe da grávida ou por uma amiga” – p. 28</p> |
| NEGAÇÃO AOS CONFLITOS | <p>“Que grávida tão bonita!” – p. 24</p> <p>“Truques para ter uma “hora pequena”...” – p. 34</p> <p>“Pequenos pormenores podem fazer com que a gestação e o parto sejam encarados com mais naturalidade” – p. 34</p> <p>“10 passos para um parto mais fácil” – p. 34</p> <p>“De facto, avizinham-se momentos de grandes transformações na sua vida...” – p. 34</p> <p>“O parto deve se revelar uma experiência positiva” – p. 35</p> <p>“(…) pela primeira vez depois de meses, a mulher vai encarar o espelho sem um bebé na barriga e, ao ver seu reflexo, vê as alterações físicas que resultaram de nove meses de gestação” – p. 69</p> <p>“Para muitas mulheres, essa pode ser uma experiência “menos simpática”” – p. 69</p> |
| INSEGURA | <p>“Assim que engravidam, muitas mulheres assumem uma atitude radical, alterando por completo seu estilo de vida; outras, tornam-se ansiosas e inquietas, com receio do que as espera; e há ainda aquelas que continuam a comportarem-se como se nada se passasse” – p. 34</p> <p>“(…) para que se sinta tranquila ao longo da gestação” – p. 34</p> <p>“A insegurança e o receio do que pode acontecer no parto são dois sentimentos a evitar durante a gestação” – p. 35</p> <p>“(…) prepare o seu parto com uma pequena lista, que deve ser elaborada em conjunto com seu médico (…)” – p. 35</p> <p>“Para evitar confusões e ainda mais ansiedade (…)” – p. 35</p> <p>“(…) caso se sinta muito insegura, faça uma visita de reconhecimento (…)”</p> <p>“Não se faça de forte” – p. 35</p> <p>“Eslareça as dúvidas” – p. 35</p> <p>“(…) não se iniba de pedir ou perguntar algo” – p. 35</p> |

| | |
|---------------------|---|
| | <p>“Peça a parteira que vá lhe explicando o que está a acontecer. Na verdade, o melhor calmante para esses momentos é ter consciência daquilo que vai acontecendo” – p. 35</p> <p>“É essencial calcular o tempo da gestação e a data provável do parto, pois são muitas as decisões que o seu médico vai tomar” – p. 35</p> <p>“Sem isso, o médico não pode seguir corretamente uma gravidez, pois não pode determinar, por exemplo, qual é a altura certa para fazer as ecografias ou como deve efetuar o controlo do peso da grávida” – p. 35</p> <p>“(…) solicite apoio (…)” – p. 39</p> <p>“(…) vai precisar de toda ajuda possível (…)” – p. 39</p> <p>“Fui mãe e agora?” – p. 68</p> <p>“Afundados no mar de tarefas a desempenhar antes da chegada do bebé, alguns papás e mães de primeira viagem sentem-se completamente de rastos!” – p. 78</p> |
| FEMININA | <p>“Não se iniba de mudar de opinião” – p. 35</p> <p>“(…) esqueça o orgulho e peça para lha administrarem” – p. 35</p> <p>“(…) nada a impede de manifestar as suas emoções e sentimentos” – p. 35</p> <p>“Se é verdade que todas as gestações são diferentes, o mesmo acontece com o momento em que se inicia o trabalho de parto” – p. 42</p> <p>“(…) as experiências são, de facto, muito diferentes” – p. 42</p> <p>“As alterações são diversas e poder ser “sentidas” de forma e intensidade diferente de mulher para mulher” – p. 69</p> <p>“Testemunho real” – p. 71</p> <p>“Eu fiz uma cirurgia íntima feminina” (único texto com entrevista às mulheres) – p. 71</p> <p>“(…) embora, ao mesmo tempo, com algumas reticências, principalmente quando se trata da primeira gravidez” – p. 34</p> <p>“(…) mas também um dos mais difíceis (…)” – p. 34</p> |
| SOB CONTROLE | <p>“Controle-se!” – p. 35</p> <p>“É claro que deve procurar conter-se e não fazer escândalo, mas se lhe apetecer gritar, não se reprima” – p. 35</p> <p>“Cirurgia e medicina estética após a gravidez” – p. 68</p> |

Dois corpos objetificados:

igualdade nas representações publicitárias?

Two objectified bodies: equality in advertising representations?

Resumo

Inerentes às construções sociais de sexo e gênero estão assimetrias de poder históricas, que por sua vez podem ser veiculadas pela publicidade. Neste artigo, pretendemos analisar e refletir sobre as práticas representacionais publicitárias contemporâneas e as suas possíveis contribuições para a manutenção das desigualdades sociais entre os gêneros. Através de revisão de literatura e de um estudo de caso comparativo pretendemos responder a duas questões: a primeira é se tanto os corpos femininos como os masculinos foram objetificados e sexualizados nas representações publicitárias; e a segunda é se estas representações veiculam estereótipos de gênero em simetria de poder. Conclui-se que não obstante a tímida e ultra recente igualdade no que concerne à objetificação dos corpos, a representação de feminilidade e masculinidade está ainda assente em idealizações arcaicas que são mantidas nas culturas visuais e que têm um impacto determinante na vida real dos homens e das mulheres, continuando

a contribuir para um desequilíbrio social entre os indivíduos.

Palavras-chave: publicidade; representações; feminilidade; masculinidade; assimetrias.

Abstract

Gender and sex social constructions encompass historical power asymmetries that can be conveyed through advertising. In this article we aim to analyze and reflect about contemporary advertising representational practices and their possible contribution to gender power imbalances. Through literary review and a comparative case study, we aim to answer to two questions: the first is, if both the female and male bodies have been objectified and sexualized in advertising representations; and the second is, if these representations convey gender stereotypes in power symmetry. We conclude that, despite the shy and ultra recent equality to what comes

*Ana Filipa da Fonseca
Figueiredo*

Doutoranda do Instituto Universitário de Lisboa/
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
da Universidade Nova de Lisboa

ana_filipa_figueiredo@iscte-iul.pt

ORCID: 0000-0002-0822-205X

*Daniela Filipa de Abreu
Pacheco*

Investigadora independente

daniela_fap@hotmail.com

ORCID: 0000-0002-7727-6596

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_8

to bodily objectification, the femininity and masculinity representations are still built upon archaic idealizations that are kept in the visual cultures, and that have a determinant impact on the real life of both men and women, helping to maintain the social power imbalances between individuals.

Keywords: advertising; representations; femininity; masculinity; asymmetries.

Introdução

Os usos de representações sexualizadas de mulheres e homens não são recentes no mundo publicitário (Goodrun & Darymple, 1990). No entanto, estas têm ficado cada vez mais explícitas (Reichert *et al.*, 1999). Vários estudos revelam que a mulher tem sido representada mais explicitamente sexualizada pela publicidade (Soley & Kurzbad, 1986; Rudmand & Verdi, 1993; Kyung-Ja, 2000; Januário, 2016). Contudo, nos últimos anos tem-se verificado um aumento notável da representação sexualizada masculina (Reichert *et al.*, 1999; Januário & Cascais, 2012; Januário, 2016).

De acordo com Yanni (1990), a representação da feminilidade nas sociedades patriarcais reflete o seu estatuto de inferioridade na sociedade. No entanto, um estudo de Sullivan e O'Connor (1988) revela que cada vez mais as mulheres são representadas na publicidade de forma similar aos homens. Já as autoras Frith e Mueller (2003: 242) sugerem que “parece que enquanto os corpos femininos têm sido usados durante décadas para vender produtos, existe uma tendência crescente na publicidade em atribuir uma

“igualdade” aos homens como imagens sexuais.”

É neste contexto que surgem as questões de investigação deste artigo. Procuramos perceber, primeiramente, se ambos os corpos são objetificados como imagens sexuais de forma similar pela publicidade. Em segundo lugar, procuramos saber se a sexualização dos dois corpos, femininos e masculinos, pela publicidade poderá ser sinónima de uma representação de género em simetria de poder. Para responder a estas questões, metodologicamente recorreremos a uma revisão bibliográfica e a um estudo de caso comparativo entre duas campanhas publicitárias mediáticas portuguesas recentes, analisadas sob o ponto de vista da antropologia reflexiva (Nazaruk, 2011). Neste seguimento, no início do artigo será feito um enquadramento teórico nos temas sexo, género, poder e representações publicitárias, avançando posteriormente para o estudo de caso e a sua análise reflexiva e crítica em forma de conclusão almejando responder à questão de investigação supracitada.

As bases de uma cultura misógina

Apesar de sexo e género serem atualmente entendidos como duas construções sociais historicamente contextualizadas e altamente redutoras e excludentes (Fausto-Sterling, 1993; Scott, 1995; Haraway, 2004; Butler, 2008), estes constructos foram fortemente marcados por uma visão masculina, que fundamentou e consolidou a conceção que hoje ainda temos de masculinidade e feminilidade (Bourdieu, 2005).

Segundo Laqueur, antes do séc. XVIII “o sexo era ainda uma categoria sociológica e não ontológica” (2001: 9), pois de acordo com o modelo de sexo único, um mesmo órgão sexual se desenvolveria mais ou menos consoante o grau de calor vital, associado à ideia de perfeição. Este modelo, que classificou a mulher como um homem imperfeito pela falta de calor vital, tem uma base filosófica de influência aristotélica, cujas reflexões já a associavam à passividade e à função reprodutora, e os homens à coragem e à atividade, legitimando a divisão de trabalho e a atribuição de papéis da época (Laqueur, 2001).

Também a narrativa judaico-cristã contribuiu fortemente para a assimetria nas representações de sexo e gênero, já que inculca uma moral dominada por valores patriarcais e, principalmente, pelo dogma da inata inferioridade das mulheres (Bourdieu, 2005). Esta está presente em toda a sua narrativa, sobretudo a nível simbólico, onde o homem maioritariamente se encontra conectado com o sagrado – ele é Deus e Jesus – enquanto a mulher é o símbolo do pecado e do mundano, tal como na parábola Adão e Eva (Januário, 2016), evidenciando as bases de uma tendência misógina.

A partir do Iluminismo surge o novo modelo científico dos dois sexos: feminino e masculino (Laqueur, 2001). Este paradigma, vigente ainda na sociedade atual, propõe que as diferenças não são de grau, mas sim de natureza, emergindo a dicotomia homem/mulher com base em diferenças anatómicas e biológicas. Estas diferenças continuaram a conferir uma inferioridade às mulheres e, portanto, impedindo-as de participar na vida pública e política (Valcárcel, 2012), uma vez que a sua natureza determinava que o seu papel seria ficar

em casa a cuidar e a educar os filhos para que se tornassem bons cidadãos (Rousseau, 2004). Neste modelo naturalista falocêntrico, o comportamento e a personalidade masculina foram associados à sua biologia e atributos físicos, como a força, a coragem e a virilidade, naturalizando-se e institucionalizando-se nos discursos sociais e científicos (Bourdieu, 2005). Esta ideia reforçou a representação do masculino associado ao sexo forte e dominador e do feminino como o outro, o *Segundo Sexo*, como refere Simone de Beauvoir (2015). Desta forma, até ao século XIX, a medicina ofereceu razões anatómicas e fisiológicas para o inferior estatuto da mulher, sobretudo relacionadas com a sua ação reprodutora, a qual dá um fundamento aparentemente natural à divisão sexual do trabalho (Bourdieu, 2005; Rivas & Rodríguez, 2008). Nesta perspetiva, *a mulher nasce*, já que os papéis de esposa, mãe e cuidadora não se aprendem, mas nascem com esta e com a sua capacidade reprodutiva e, como tal, têm menos valor. Já o *homem faz-se*, uma vez que deve aprender o seu papel de trabalhador e produtor, através de formação, capacitação e

aprendizagem (Rivas & Rodríguez, 2008).

A partir da segunda metade do século XX presenciou-se uma grande alteração no fórum social e uma rutura nas formas de pensamento até então válidas. O feminismo teve um impacto muito grande como movimento social ao questionar universais e trazendo à discussão assuntos tabu como a família, a sexualidade, o trabalho doméstico, a desigualdade social, entre outros (Hall, 2005). As mulheres entraram no mercado laboral e também passaram a participar na esfera política, económica, social e cultural de forma muito mais visível em relação ao passado, o que transformou de forma significativa a estrutura familiar e fragilizou a dicotomia segregadora doméstico-público (Rivas & Rodríguez, 2008). À mulher foi-lhe permitido existir e começar timidamente a participar na esfera pública, no mesmo espaço que era ocupado pelos homens, sendo que estes ainda hoje não entraram no espaço doméstico de forma equitativa¹.

¹ De acordo com o boletim editado pela Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género (CIG) sobre o tema *Igualdade de Género em Portugal: indicadores-chave 2017*: “[S]ão

Esta é apenas mais uma evidência que demonstra que no século XXI ainda vivemos num tempo caracterizado por assimetrias de poder promovidas por representações sexuais históricas veiculadas por diversas instituições e meios como a publicidade.

Representações de feminilidade e masculinidade na publicidade

A publicidade com o seu olhar *genderizado* (Shields, 1990), tem utilizado o corpo da mulher e do homem e a sua imagem, espelhando nestas representações os valores da uma sociedade dominante masculina (Bourdieu, 2005) com uma moral familiar que segrega espaços sexuais (Rivas & Rodríguez, 2008), ao mesmo tempo que socializa os indivíduos em estruturas de poder heteronormativas e binárias, invisibilizando outros géneros e sexos (Butler, 2008).

A mulher, na publicidade, tem sido historicamente representada no papel de mãe ou dona de casa (Courtney & Lockeretz, 1971; Januário, 2016), com um carácter passivo, submisso e obediente (Goffman, 1976; Rudman & Verdi, 1993; Frith & Mueller, 2003) e promovendo essencialmente produtos domésticos e familiares (Yanni, 1990; Januário, 2016). A partir dos anos 70 do século XX, devido às grandes mudanças que ocorreram no fórum social e à sua entrada no mercado de trabalho remunerado, esta começou também a ser representada na publicidade fora do espaço doméstico. Diversificam-se as representações de feminilidade, emergindo a mulher independente, sofisticada, com sucesso no campo profissional e amoroso (Sullivan & O’Conner, 1988; Januário, 2016). Paralelamente, nos anos 90, surge também uma imagem da mulher que está vinculada ao seu corpo (Januário, 2016), regido pelo padrão idealizado assente na tríade: beleza, juventude e magreza (Santos, 2016). Massificam-se a representação da feminilidade com base nestes ideais, aparecendo esta como objeto de desejo do homem, promovendo produtos para o público

masculino através do seu corpo, que é exposto seminu e desmembrado em fragmentos objetificados e sexualizados (Kolbe & Albanese, 1996; Walsh-Childers, 1999; Frith & Mueller, 2003; Januário, 2016). Assim, como refere Veríssimo (2008), o corpo da mulher tem sido amiúde utilizado pela publicidade. Por um lado, devido às questões do poder de influência na decisão de compra e, por outro, por ter sido convertida em objeto de desejo masculino (Mota-Ribeiro, 2005).

Já o homem, ao longo da história, tem sido representado na publicidade como ativo, dominante e bem-sucedido (Kervin, 1990; Frith & Mueller, 2003; Januário, 2016). O estudo de Kervin (1990) revela que entre 1930 e 1980 as representações de masculinidade na publicidade sofreram poucas alterações, sendo o homem maioritariamente representado ou como trabalhador árduo e bom provedor, ou associado ao sucesso social e empresarial. Concomitantemente, os estudos de Garboggini (2005) e Januário e Cascais (2012) revelam que até aos anos 1990 o homem maioritariamente surgia representado a ser servido pela sua esposa e/ou a desempenhar

as mulheres que continuam a dedicar mais tempo às tarefas domésticas e de cuidado. Em média, as mulheres trabalham, em casa, mais 1 hora e 45 minutos por dia do que os homens.” (2017: 9).

o papel de pai de família e provedor. A partir dos anos 90 é atribuída ao homem uma nova imagem que quebra com a imagem austera do passado. Agora o homem é representado com um carácter sensível e a cuidar de si, abrindo-se o filão dos mercados da estética e da moda (Januário, 2016). Não obstante, o atributo de virilidade mantém-se firme nas representações da masculinidade (Januário & Cascais, 2012). O estudo de Kolbe e Albanese (1996) revela que o tipo de corpo masculino mais frequentemente representado é forte e musculado, sendo a muscularidade associada à masculinidade.

No presente século, a representação do homem austero desaparece e é substituída pelo homem vaidoso e cuidado (Januário, 2016), já outrora associada à masculinidade (Brandini, 2009). Recentemente, a imagem masculina sofreu uma nova mudança: o homem e o seu corpo surgem agora na publicidade como objetos de consumo (Januário & Cascais, 2012). Tal como aconteceu com a mulher, o seu corpo foi igualmente retalhado em fragmentos (Januário, 2016) e este começa a ter um claro cariz sexual, servindo

de chamariz na promoção de produtos e serviços tradicionalmente dirigidos ao mercado feminino (Frith & Mueller, 2003; Januário, 2016), como é exemplo a campanha publicitária portuguesa do detergente *Surf* de 2017, que será analisada no estudo de caso.

Estudo de caso: detergente *Surf* Vs. cerveja *Super Bock*

Nesta secção, analisamos dois anúncios publicitários portugueses emitidos durante a segunda década deste século e que recorreram à objetificação do corpo, veiculando representações contemporâneas de masculinidade e feminilidade. Foram escolhidos estes dois anúncios devido à sua carga mediática, evidência que ambos os anúncios foram paradigmáticos na sociedade portuguesa.

O anúncio da cerveja *Super Bock*, inserido na campanha *online* 2012 “*A Vida é Super*”, da agência Euro RSCG, foi alvo de denúncia de conteúdo sexista em anúncio publicitário por parte do Observatório das Representações de Género nos *Media* (ORGM), da União das Mulheres Alternativa e Resposta (UMAR), dirigida à Comissão para a

Cidadania e a Igualdade de Género (CIG). O anúncio do detergente de máquina *Surf*, parte da campanha *online* de 2017 “*O Segredo do Vizinho*”, realizada pela agência criativa *Society* e pela agência de meios *Initiative*. Tem cerca de 1.004.971 visualizações e encontra-se na primeira posição do *ranking* dos 10 anúncios mais vistos em Portugal em 2017 disponibilizado pela *Marketeer*². É de salientar que no mesmo *ranking*, em quarto lugar (570.769 visualizações) e em nono lugar (426.560 visualizações) encontram-se respetivamente o segundo e terceiro capítulos desta mesma campanha.

Na estrutura deste estudo de caso, pretendemos, numa primeira fase demonstrar que ambas as publicidades são sexistas, respondendo à questão: dois corpos similarmente sexualizados? Para tal, iniciaremos com uma descrição narrativa de ambas as campanhas publicitárias e, posteriormente, passaremos a uma análise comparativa, encerrando com uma reflexão crítica que visa responder à questão

² Retirado de: <https://marketeer.pt/2018/01/23/surf-tem-o-anuncio-mais-visto-no-youtube-em-portugal/>

inicial, ou seja, se a sexualização dos dois corpos pela publicidade é sinónima de uma representação de género em simetria de poder.

Descrição narrativa

Anúncio cerveja Super Bock

O anúncio inicia com a personagem principal, uma jovem *bonita e sensual*, caminhando na rua com um vestido esvoaçante que adorna as suas curvas. Enquanto caminha ela olha sempre para longe da câmara. Chegando a um respiradouro que se encontra no solo, o vestido começa a voar, mostrando a sua roupa interior. Ela inicialmente mostra-se desconfortável, mas imediatamente a seguir, começa a mostrar-se com uma expressão de desfrute (fig. 1). No momento seguinte começa uma sequência que evoca a célebre cena de *Marilyn Monroe* no filme *The Seven Year Itch* (1955) (fig. 2).

Em seguida, surge a voz de um narrador ausente e masculino que diz sucintamente que seria “*bom*” estar na rua naquele momento, enquanto passa, de bicicleta, um homem de fato, que parece estar a dirigir-se para o trabalho, a observá-la. O narrador

prosegue dizendo que “*melhor*” seria ter uma câmara na mão naquele momento, mostrando um homem a captar uma fotografia. Finalmente remata dizendo que “*Super (...) era estar a fazer uma pausa depois de um dia de trabalho*”. Profere esta frase enquanto a câmara desce rapidamente da cara da personagem feminina passando pelo interior do respiradouro até chegar debaixo de terra, onde dois homens bebem uma *Super Bock*, surgindo aqui a primeira referência visual ao produto. O posicionamento da câmara e a voz dão a entender que estes dois colegas estão a ver o “espetáculo” de baixo, ou seja, por entre as suas pernas e zona púbica, com uma expressão facial que evolui de surpresa a alegria a desfrute (fig. 3). É este espetáculo que é “*Super*”, fazendo-os inclusive brindar à ocasião, acabando aqui o anúncio.

Anúncio detergente máquina

Surf

O anúncio inicia com uma música com uma conotação de sensualidade e vê-se um corpo musculado num plano de detalhe que retalha e foca o baixo ventre e a zona pélvica tapada por

um édredon branco. O anúncio avança mostrando o personagem deitado de tronco nu na cama, espreguiçando-se. Posteriormente, olha diretamente para a câmara, proferindo a seguinte mensagem: “*Sua marota!...queres ir lavar a roupa?*”. Seguidamente é feito um plano aproximado sobre a imagem de uma cadela ao lado do detergente *Surf*, a primeira referência visual ao produto (fig. 4), sugerindo que a “*marota*” possa ser a cadela. De seguida, o personagem levanta-se da cama, e começa a dançar de tronco nu enquanto vai apanhando a roupa suja que tem espalhada pela casa (fig. 5). O personagem aproxima-se da máquina de lavar e profere a seguinte frase: “*Nestes momentos o detergente Surf...é o meu graaaaaaande segredo*” (fig. 6), enquanto a câmara desce da sua cara para focar o produto enquadrado na sua zona pélvica. Seguidamente, põe a roupa na máquina de lavar e é dado o protagonismo ao produto *Surf*, enquanto se faz uma sugestão de utilização e se promove a característica distintiva do produto, o seu perfume.

Figura 1

A personagem mostra-se com uma expressão de desfrute.

Fonte: Captura de ecrã do anúncio Youtube.



Figura 2

Sequência “Marilyn Monroe”.

Fonte: Captura de ecrã do anúncio Youtube.



Figura 3

Sequência final. Colegas observam o “espetáculo” por debaixo

Fonte: Captura de ecrã do anúncio no Youtube.



Figura 4

Produto Surf e a cadela

Fonte: Captura de ecrã do anúncio no Youtube.



Figura 5

Sequência de dança

Fonte: Captura de ecrã do anúncio no Youtube.

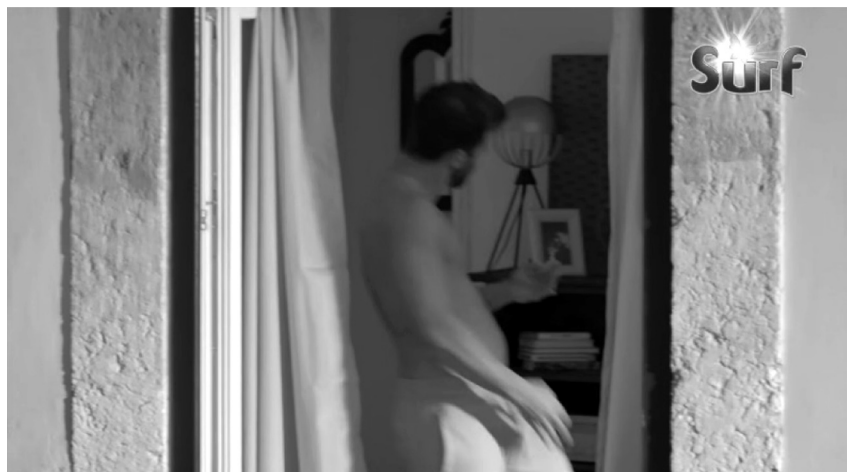


Figura 6

“É o meu graaaaaaande segredo”

Fonte: Captura de ecrã do anúncio no Youtube.



Figura 7

“Já tens programa para a próxima hora?”

Fonte: Captura de ecrã do anúncio no Youtube.



Figura 8

“Gostaste?”. Captura de ecrã do anúncio no Youtube.



No fim desta sequência, o protagonismo volta ao personagem que em grande plano e com um olhar sedutor pergunta: “*Já tens programa para a próxima hora?*” (fig. 7). Termina esta frase com uma piscadela de olho sensual. Na sequência final acaricia a cadela que tem ao colo, enquanto convida o interlocutor a clicar no ecrã para ver o próximo capítulo, perguntando: “*Gostaste?*” (fig. 8).

No capítulo II o personagem estende a roupa na varanda, chamando a atenção da vizinha do prédio da frente, pelo cheiro do *Surf* e pela sua beleza sensual, deixando-a deslumbrada e desorientada, tanto que ao regar as suas flores não acerta no vaso molhando um transeunte. Esta

apenas profere uma palavra ao longo do anúncio: “*irresistível!*”, referindo-se ao perfume do detergente e, possivelmente também ao modelo masculino. O capítulo III inicia com a vizinha acompanhada de duas amigas na sua varanda espreitando o vizinho com expressões de desejo. O protagonista refere que o perfume do detergente *Surf* desperta todos os sentidos e atenções e é irresistível, referindo-se às suas vizinhas que acabam por se dirigir à sua porta. No fim deste capítulo o personagem pergunta às três jovens se querem passar a tarde com ele, virando depois o olhar diretamente para a câmara e acabando com um piscar de olho e um sorriso sugestivo.

Análise comparativa: dois corpos objetificados e erotizados?

De acordo com a descrição, percebem-se ambos os anúncios como uma encenação publicitária de cariz claramente sexual que se socorre do corpo feminino e masculino, objetificados e fragmentados, para promover e vender não só um produto mas também um ideal de corpo. O anúncio da *Super Bock* foi sujeito a uma denúncia por publicidade sexista por parte do ORGM da UMAR, com os seguintes fundamentos, presentes na carta de denúncia, que enunciam bem a natureza do mesmo:

“Neste anúncio publicitário o produto apresentado, a cerveja, que na realidade tanto pode ser bebida por homens como por mulheres, parece ser destinado principalmente aos homens sendo eles o público-alvo do anúncio. (...) Estamos perante um anúncio publicitário onde a mulher (e o seu corpo) está apresentada como uma figura doce, frágil, meiga e sorridente e como alvo de atenção e objeto dos desejos masculinos. Neste anúncio, o corpo da mulher está a ser instrumentalizado e abusado servindo como produto sexualizado, passivo (...) e como alvo de utilização comercial. O corpo da mulher como superfície estética é o foco de todo o anúncio, numa clara demonstração de disponibilização dela face aos olhares dos homens.” (2012)

Alguns dos argumentos usados nesta denúncia podem ser igualmente aplicados ao anúncio do detergente *Surf*, nomeadamente a escolha de um público-alvo feminino, quando o produto pode ser usado por homens e mulheres, e o corpo masculino como

produto sexualizado alvo de utilização comercial. Fazendo um paralelismo entre os anúncios podemos observar que ambos utilizam um modelo idealizado de corpo jovem, saudável e delineado que, na atual sociedade de consumo, passou a ser uma regra para campanhas publicitárias eficientes (Garcia, 2006; Baudrillard, 2008), num contexto erotizado. Ambos os corpos nesta ótica são igualados, superando-se a noção de género, já que o corpo-produto apenas tem um valor mercadológico (Hoff, 2004). Mas será que estas publicidades veiculam também igualdade no que consta à posição de poder em que o homem e a mulher, personagens principais, são retratados?

Análise reflexiva: representações simétricas?

A reflexão destas duas campanhas publicitárias à luz da análise das *performances de género* (Butler, 2008) põe em evidência as diferenças entre ambas, já que espelham representações da masculinidade e da feminilidade que são fruto de um longo processo histórico de

dominação masculina (Bourdieu, 2005).

Primeiramente, porque os tradicionais binómios: ativo-homem/passiva-mulher, dominante-homem/dominada-mulher, razão-homem/emoção-mulher presentes em ambas as publicidades, remetem para uma ordem hierárquica de superioridade masculina. Assim, no anúncio *Surf*, o homem é um protagonista com agenciamento, apresentando uma postura claramente ativa pela confrontação de olhares com o recetor e pela forma como o discurso na primeira pessoa o interpela. Embora algumas vezes sejam filmados retalhos do corpo masculino, este é filmado maioritariamente em grande plano ou *close-up*, dando destaque às suas emoções e monólogo, olhando diretamente para a câmara, mantendo uma posição ativa e dominante. Já no anúncio *Super Bock* estes aspetos são totalmente inexistentes. A mulher pode ser a personagem principal do anúncio, mas dificilmente pode ser considerada uma protagonista, uma vez que a sua ação se reduz a deixar-se despir passivamente pela aragem, como se estivesse ausente da sua realidade

(Goffman, 1976). Esta não olha uma única vez diretamente para a câmara (fig.1) nem profere uma única palavra, aparecendo frequentemente num plano geral, filmada à distância remetendo-a para uma forma de espetáculo ou paisagem. Ela não tem agenciamento, sendo, portanto, mostrada como passiva e submissa, quase como um ser mentalmente incompetente, ausente e alheio ao que está ao seu redor (Goffman, 1979). Ainda no anúncio *Surf*, o homem relaciona-se verbalmente e fisicamente com o produto, demonstrando a sua utilização e destacando as suas propriedades diferenciadoras, sendo percebido como ser pensante, detentor de algum conhecimento. Já no anúncio *Super Bock* a mulher encontra-se completamente descontextualizada do produto promovido, aparece apenas para ser consumida, tal como a cerveja. Desta forma, este anúncio contribui para uma imagem das mulheres como seres vazios³, reforçando a ideia de que a imagem e

a beleza são o mais importante para as mulheres, que apreciam ser contempladas e admiradas (Januário, 2016).

O anúncio *Surf* mostra em todo o caso que as masculinidades estão em processo de reconstrução (Januário, 2016). Neste anúncio encontramos um homem *performando* no espaço doméstico, tradicionalmente associado à mulher (Rivas & Rodríguez, 2012) e promovendo um produto tradicionalmente promovido por mulheres (Rudman & Verdi, 1993; Frith & Mueller, 2003; Januário, 2016). Por outro lado, o protagonista expressa afeto, ternura e sensibilidade, simbolizados pela cuidado dirigido à cadela também presente no anúncio, de quem o protagonista cuida, valores tradicionalmente associados à feminilidade (Maffesoli, 1999), mas crescentemente ligados à nova representação da masculinidade sensível (Januário, 2016) (fig.8). Neste sentido, a representação da masculinidade veiculada por este anúncio é a de um homem moderno e independente no universo doméstico, solteiro, mas não por isso menos viril e másculo. Com a diferença de que agora os valores tipicamente masculinos como a

virilidade e a força são veiculados pelo corpo musculado (Kolbe & Albanese, 1996), que se configura na contemporaneidade como um “instrumento de “poder” e masculinidade” (Januário, 2016, p. 147), e também como sinónimo de sucesso e fama (Garcia, 2006). Este aspeto é exaltado no anúncio do *Surf* onde o sucesso e a fama são transmitidos na ótica sexual, quando, no fim do terceiro capítulo, as três mulheres se dirigem à sua porta e ele pergunta se estas querem passar a tarde com ele, confirmando a sua (híper)heterossexualidade e, como tal, a sua masculinidade que entra em consonância com o modelo heteropatriarcal. É de ressaltar que mesmo enquanto o personagem dança de forma sensual, este não perde nunca a sua masculinidade, executando movimentos de dança que podem ser associados à famosa sequência de dança de Tom Cruise no filme *Risky Business* (1983) (fig.5). Na sequência da dança o protagonista vai atirando a roupa e “encestando” no cesto como se fosse uma bola de basquetebol, e celebrando com os dois braços no ar como se estivesse a celebrar um “golo” de forma desportiva e estereotipicamente

3 Curiosamente, ainda persistem estudos recentes que procuram e defendem a existência de diferenças sexuais na inteligência (Lynn, 1994; Colom e Lynn, 2004; Lynn e Kanazawa, 2011).

masculina, exaltando a sua masculinidade (Januário, 2016). Finalmente, é feita ainda uma analogia fálica quando o protagonista refere: “é o meu graaaaande segredo”, enquanto a imagem retrata o produto enquadrado na sua zona pélvica (fig. 6), sugerindo que o protagonista terá um falo grande, símbolo óbvio de masculinidade⁴. Assim, são visíveis mudanças significativas no universo masculino mas, como referem Januário e Cascais (2012: 144), isto “não significa excluir os valores normalizados presentes na sociedade provenientes de uma longa história falocrática”.

Frith e Mueller (2003) constataram que raramente as mulheres são representadas a desempenhar papéis de poder na sociedade. No panorama dos dois anúncios, verificamos que os homens, quer como personagem principal (*Surf*), quer como figurantes (*Super Bock*), desempenham uma atividade concreta, no espaço público e no domínio privado. Já as mulheres, quer enquanto personagem principal (*Super Bock*), quer como figurantes (*Surf*), não desempenham nenhuma atividade específica, muito menos um papel de poder.

Discussão: as propriedades do lúdico

Em ambos os anúncios é visível uma pincelada de humor e ironia, seja pelo discurso, pelas sugestões eróticas, seja pela própria performance e sonoplastia, veiculando como meta-mensagem “*This is Play*” (Bateson, 1972)⁵. Este enquadramento lúdico leva a que o espetador perceba

a mensagem publicitária como uma “brincadeira” e não como uma pura *mimesis* da realidade, salvaguardando, deste modo, a campanha publicitária de ser vexatória e discriminante. Contudo, esta propriedade do lúdico não iliba as consequências dos anúncios na esfera do real, contribuindo para as assimetrias de género.

Começando pelo anúncio *Surf*, a utilização do lúdico permite que as sugestões eróticas não sejam tomadas a sério, mas, em simultâneo, descredibiliza a ação do anúncio, transmitindo a ideia de que a situação de um homem a fazer os trabalhos domésticos ainda seja percebida como algo inusitado e, portanto, alvo de chacota. No início deste milénio, Frith e Mueller (2003) concluíram que, na grande maioria dos casos, quando os homens são mostrados a fazer tarefas domésticas, é de forma humorística. Podemos perceber que em 2018, pelo menos em Portugal, o facto de um homem realizar as tarefas domésticas é ainda tão inusual que tal situação é espelhada pelo anúncio em tom de ironia e brincadeira. “Idealmente, para a mensagem publicitária ter efeito no público-alvo, ela precisa de refletir as normas sociais

⁴ Tanto que um comentador reage a este vídeo do *youtube* afirmando: “*Pode ser o teu graaaaaaande segredo mas o meu ainda é maior XD*”. Analisando os restantes comentários ao anúncio no *youtube* as opiniões divergem da crítica ao uso de corpo masculino para venda com adjetivos como “*nojento*”, “*triste*” e “*patético*” à parabenização e defesa da representação sexualizada do homem, e ainda elogios ao modelo masculino como: “*Que pão... Adorei o anúncio! :)*” ou “*Meu deus isso não está a venda? Um carão*” ao qual a marca *Surf* responde “*O Surf? Está para venda, sim, na maioria dos super e hipermercados*”. Relativamente ao anúncio *Super Bock* só há 4 comentários de reação ao vídeo do *youtube* que parabenizam o anúncio e enfatizam a beleza da personagem feminina.

⁵ Devido à natureza polissémica da palavra *play*, no seguimento deste artigo usam-se as palavras *lúdico* e *brincadeira* como forma de tradução deste conceito.

praticadas numa dada sociedade” (Frith & Mueller, 2003: 234). Neste seguimento de ideias, podemos afirmar que a participação masculina nas tarefas domésticas ainda não está normalizada no contexto nacional, facto coincidente com as estatísticas providenciadas pelo boletim editado pela CIG com os indicadores-chave de 2017. Portanto, tornar este assunto um espetáculo cômico pode ser ofensivo e pouco ético, uma vez que reflete um desequilíbrio real e sério.

Na publicidade da *Super Bock*, objeto de denúncia, como referido acima, só desejamos acrescentar que, não fosse esta propriedade do lúdico, o anúncio seria ainda mais problemático. Observar uma mulher e desfrutar do processo enquanto ela está involuntária e despropositadamente sem roupa remete para uma cultura de *voyerismo* masculino que, alimentada pela publicidade em tom de humor, pode potencializar a naturalização deste comportamento. Mais, desfrutar do *espetáculo* da visão por debaixo da saia, enquanto se brinda com cerveja, referindo que é “*Super*”, pode ter consequências graves na vida real das mulheres, já que se podem naturalizar

comportamentos misóginos e obscenos que podem contribuir seriamente para a cultura da violação. “As diferentes formas em que homens e mulheres são representados permitem-nos conhecer as construções sociais da realidade dentro de uma cultura, assim como, que tipos de relacionamentos são promovidos entre sexos” (Frith & Mueller, 2003, p. 234). É este o grande perigo da publicidade feita a partir do *male gaze* (Shields, 1990), uma vez que este olhar *genderizado* reproduz assimetrias e ameaça a saúde e bem-estar das mulheres, e também dos homens em todo o mundo.

Conclusões

Através desta investigação concluímos que, atualmente, as representações publicitárias geraram não só um, mas dois corpo-objeto de desejo, recorrendo à sexualização de corpos femininos e masculinos de uma forma similar. Não obstante a tímida e ultra recente igualdade no que concerne à objetificação dos corpos, a representação da feminilidade e da masculinidade está ainda assente em idealizações arcaicas que são mantidas nas

culturas visuais e que têm um impacto determinante na vida real dos homens e das mulheres, continuando a contribuir para assimetrias de género. Estas representações publicitárias, desde uma perspectiva misógina, não são novas, revelando uma ótica *genderizada* e pouca equidade nas representações. Baudrillard (2008) refere que a mercantilização do corpo da mulher e a sua exploração comercial são formas de neutralizar a emancipação do corpo feminino, e da sua sexualidade, mantendo inalterada a hierarquia dos géneros, interiorizada através do *habitus* (Bourdieu, 2005).

Concluímos com uma citação do relatório anual de 2011 do ORGM da UMAR, que resume a preocupação subjacente à produção deste artigo:

Em termos de regulação, quer a nível internacional, quer no contexto nacional, existe uma preocupação com a igualdade de género nos media e com o papel que estes devem ter na promoção de representações mais diversificadas e que contribuam para a mudança social. Contudo, as práticas diárias revelam-se ainda muito

distantes deste ideal, apontando para a necessidade de questionamento e sensibilização dos produtores mediáticos e da sociedade em geral. (2011, p. 5)

BIBLIOGRAFIA

- Araújo, S. (2014). Publicidade sem estereótipos de gênero: dá para fazer? *Revista Comunicando*, 3, 137-155.
- Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind*. Chicago: University of Chicago Press.
- Baudrillard, J. (2008). *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70.
- Beauvoir, S. (2015). *O segundo sexo, vol. 1*. Lisboa: Quetzal Editores.
- Brandini, V. (2009). Moda, cultura de consumo e modernidade no século XIX. *Signos do Consumo*, 1(1), 74-101.
- Bourdieu, P. (2005). *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Butler, J. (2008). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Colom, R., & Lynn, R. (2004). Testing the developmental theory of sex differences in intelligence on 12–18 year olds. *Personality and Individual Differences*, 36, 75-82. doi:10.1016/S0191-8869(03)00053-9.
- Comissão para a Cidadania e a Igualdade de Género. (2017). *Igualdade de Género em Portugal: indicadores-chave 2017*. [Folheto Online]. Retirado em 13 janeiro, 2017 de: https://www.cig.gov.pt/wp-content/uploads/2017/07/AF_CIG_Fact-Sheet.pdf
- Courtney, A., & Lockeretz, S. (1971). A woman's place: An analysis of the roles portrayed by women in magazine advertisements. *Journal of Marketing*, 8, 92-95.
- Fausto-Sterling, A. (1993). The Five Sexes: Why male and female are not enough. *The Sciences*, 33 (2), 20-24. doi:10.1002/j.2326-1951.1993.tb03081.x
- Frith, K., & Mueller, B. (2003). *Advertising and societies: global issues*. New York: P. Lang.
- Garboggini, F. B. (2005). O homem na publicidade da última década. Uma cultura em mutação?. *Educar*, 26, 99-114.
- Garcia, S. (2006). *Homens na intimidade: Masculinidades contemporâneas*. Ribeirão Preto: Holos Editora.
- Goffman, E. (1976). *Gender advertisements*. Cambridge, MA: Harvard.
- Goodrun, C., & Darymple, H. (1990). *Advertising in America: The first 200 years*. New York: Harry N. Abrams.
- Hall, S. (2005). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Haraway, D. (2004). "Gênero" para um dicionário marxista. *Cadernos pagu*, 22, 201-246.
- Hoff, T. (2004). Corpo masculino: publicidade e imaginário. *Compós*. Disponível em: <http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/24/25>.
- Januário, S. B. (2016). *Masculinidades em (re)Construção: Gênero, corpo publicidade*. (Master's thesis, Universidade da Beira Interior). Retirado de: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/263>.
- Januário, S. B., & Cascais, A. (2012). O corpo masculino na publicidade: Uma discussão contemporânea. *Comunicação e Sociedade*,

- 21, 135-148. doi: 10.17231/com-soc.21(2012).705.
- Kervin, D. (1990). Advertising masculinity: The representation of males in Esquire advertisements. *Journal of Communication Inquiry*, 14(1), 51-70.
- Kolbe, R. & Albanese, P. (1996). Man to man: A content analysis of sole-man images in male-audience magazines. *Journal of Advertising*, 25(4), 1-20.
- Kyung-Ja, L. (2000). Country experiences: Korea. In *Changing lenses: Women's perspectives on media*. Manila, Filipinas: ISIS.
- Laqueur, T. (2001). *Inventando o Sexo: Corpo e gênero dos gregos à Freud*. Rio de Janeiro: Relume Dumará.
- Lynn, R. (1994). Sex differences in intelligence and brain size: A paradox resolved. *Personality and Individual Differences*, 17, 257-271. doi: 10.1016/0191-8869(94)90030-2.
- Lynn, R., & Kanazawa, S. (2011). A longitudinal study of sex differences in intelligence at ages 7, 11 and 16 years. *Personality and Individual Differences*, 51, 321-324. doi:10.1016/j.paid.2011.02.028.
- Maffesoli, M. (1999). La féminisation du monde. *Cultures en mouvement*, 14, 21, 135-148.
- Mota-Ribeiro, S. (2005). *Retratos de mulher: Construções sociais e representações visuais do feminino*. Porto: Campo das letras.
- Nazaruk, M. (2011). Reflexivity in anthropological discourse analysis. *Anthropological Notebooks*, 17(1), 73-83.
- Reichert, J. L., Morgan, S., Carstarphen, M., & Zavoina, S. (1999). Cheese-cake and beefcake: No matter how you slice it, sexual explicitness in advertising continues to increase. *Journalism Quarterly*, 76(1), 7-20.
- Rivas, A. M., & Rodríguez, M. J. (2008). *Mujeres y hombres en conflicto. Trabajo, familia y desigualdades de género*. Madrid: Ediciones Hoac.
- Rousseau, J. (2004). *Emílio ou Da Educação*. (R. L. Ferreira, Trad.). São Paulo: Martins Fontes.
- Rudman, W. J., & Verdi, P. (1993). Exploitation: Comparing sexual and violent imagery of females and males in advertising. *Women and Health*, 20(4), 1-14.
- Santos, C. F. (2016). Beleza, magreza e juventude: a perfeição corporal feminina na publicidade e a corporeidade disruptiva da Dove. *Comunicación*, 35, 13-27.
- Scott, J. (1995). Gênero: uma categoria útil para análise histórica. *Educação e Realidade: Gênero e Educação*, 20(2), 71-99.
- Shields, V. R. (1990). Advertising visual images: Gendered ways of seeing and looking. *Journal of Communication Inquiry*, 14(2), 25-39.
- Soley, L. & Reid, L. (1988). Taking it off: Are models in magazine ads wearing less? *Journalism Quarterly*, 65(4), 960-966.
- Sullivan, G., & O'Connor, P. J. (1988). Women's role portrayals in magazine advertising: 1958-1983. *Sex Roles*, 18(3 & 4), 181-189.
- UMAR Observatório das Representações de Gênero nos *Media*. (2012). *Carta de denúncia de conteúdo sexista em anúncio publicitário da Super Bock*. [Folheto Online]. Retirado em 27 janeiro de 2018 de: <http://www.umarfeminismos.org/images/stories/noticias/Carta%20para%20a%20Comiss%C3%A3o%20vers%C3%A3o%20final.pdf>.
- UMAR Observatório das Representações de Gênero nos *Media*. (2011). *Relatório Anual 2011*. Retirado em 27 janeiro de 2018: de <https://sites>.

google.com/site/observatoriogene-
romedia/relatorios.

Valcárcel, A. (2012). *La política de las mujeres*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Veríssimo, J. (2008). *O corpo na publicidade*. Lisboa: Colibri.

Walsh-Childers, K. (1999). *Women as sex partners*. In P. M. Lester (Ed.), *Images that injure: Pictorial stereotypes in the media* (pp. 141-148). Westport, CT: Praeger.

Yanni, D. (1990). The social construction of women as mediated by advertising. *Journal of Communication Inquiry*, 14(1), 71-81.

*Produção e Consumo:
Contextos e Práticas*

Desconstruções do feminino:

uma leitura das postagens de mães de crianças autistas no Facebook

Deconstructions of the feminine: reading posts of mothers with autistic children on Facebook

Angie Biondi

Universidade Tuiuti do Paraná

angiebiondina@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0486-1081

Igor Lucas Ries

Universidade Tuiuti do Paraná

igorlucas18@gmail.com

ORCID: 0000-0002-7288-0188

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_9

Resumo

O rótulo mãe azul é usado como homenagem às mulheres que cuidam de filhos com transtorno autista. Porém, ao mesmo tempo que posiciona a mulher no papel de cuidadora, o rótulo também lhe designa o lugar da abnegação e sacrifício pela dedicação à maternidade exemplar. Fixadas no papel de mãe ideal, as mulheres ainda são classificadas como sujeitos reconhecíveis e aceitáveis socialmente pela correspondência aos valores morais ancorados no cuidado da prole. Este texto apresenta parte do estudo de caso realizado na pesquisa sobre as práticas enunciativas e comunicacionais em postagens divulgadas por mães de crianças portadoras do autismo, através da página Lagarta Vira Pupa, no Facebook, entre janeiro e julho de 2017. A análise, baseada na etnografia virtual, observa como as mulheres elaboram sua fala voltada à promoção da autonomia e autoafirmação, a fim de romper com a identidade feminina fixada na maternidade ideal, incompatível com a experiência cotidiana.

Palavras-chave: identidade feminina; autismo; Facebook.

Abstract

The blue mother label is used as a tribute to women who care for children with autistic disorder. However, at the same time that it positions the woman in the role of caregiver, the label also designates the place of self-denial and sacrifice for the dedication to exemplary motherhood. Fixed in the role of perfect mother, women are still classified as recognizable and socially acceptable subjects by correspondence to the moral values anchored in the family care. This text presents part of the research on the enunciative and communicational practices by mothers of autistic children on Facebook between January and July 2017. The analysis, based on virtual ethnography, observes how women elaborate their talk aimed at the promotion of autonomy and self-affirmation in order to break with the feminine identity fixed in the perfect maternity, incompatible with daily experience.

Keywords: feminine identity; autism; Facebook.

Introdução

Os modelos normativos vigentes, os códigos culturais e morais são, em boa medida, alicerçados por uma rede heterogênea de discursos, negociações simbólicas e disputas de todo tipo. Este campo social demarcado por arranjos e conflitos é ainda atravessado por práticas comunicacionais e processos midiáticos que atuam como agentes de força e reconfigurações de tais modelos, códigos e valores. Neste contexto, a identidade feminina destaca-se como um dos aspectos socioculturais mais amplamente discutido e problematizado ao longo das últimas décadas (Rocha-Coutinho, 1994; Perrot, 1989; Butler, 2000; Rago, 2013).

O sistema cultural e simbólico em torno de uma identidade feminina ainda hoje se estabelece a partir da diferenciação sexual de papéis, de modo a demarcar falas e referenciar normativamente a imagem aceitável e atribuída às mulheres baseada na sobreposição masculina e patriarcal consolidada há séculos. A figura feminina, quando fixada no papel de mãe, demonstra ainda mais o quanto sua existência socialmente aceitável, assim como seu valor moral, se ancoram

no trabalho do cuidado e na responsabilidade pela geração e manutenção da prole. A figura da mulher como mãe cuidadora comparece marcada no imaginário ocidental de modo a evidenciar que a tarefa do cuidado seria inerente ao modo de ser feminino (Gilligan, 1982; Kittay, 1999; Emidio, 2011).

Segundo Butler (2000), a constituição dos papéis sexuais depende de um processo de interiorização social de expectativas em torno de ideais aceitos e normalizados de masculinidade e feminilidade que se estabeleceu ao longo do tempo. Trata-se, portanto, de um processo de aprendizagem social dado em certo contexto histórico moderno e que se perpetua ainda hoje. Esta oposição dos papéis aproximou o homem como um ser da cultura, da produção de bens materiais e do poder público enquanto relegou à mulher como ser da natureza, da esfera privada e doméstica e do destino biológico da maternidade. Assim, a identidade feminina se definiu em termos do gerar e do cuidar. Mesmo com as mudanças promovidas ao longo do último século, a desconstrução da identidade feminina calcada na maternidade ainda é um

ponto de difícil compreensão. Muitas mulheres indicam que ser mãe não é mais um imperativo social, mas quando optam pela maternidade, o vínculo e a valorização das necessidades do outro se sobrepõem e a posição de cuidadora reaparece intensamente no rol das demandas e expectativas, tanto de si mesma quanto do entorno.

De acordo com Gilligan (1982), a definição da identidade feminina é norteadada por um modelo padrão de responsabilidade. Segundo a autora, este modelo se baseia em um esquema moral binário que confere à mulher os valores de bondade e autossacrifício e aos homens, a autonomia e o despreendimento. A diferenciação destes valores morais trouxe implicações culturais e sociais ainda mais problemáticas por ampliar o fosso entre as identidades feminina e masculina quando o paradigma relacional, o vínculo, tomado como um valor moral feminino, poderia servir para fundamentar uma ética que não separa e classifica, mas que responsabiliza e cuida; ao que denomina de ética do cuidado.

A sensibilidade com relação às necessidades dos outros e a

suposição de que são responsáveis por dar cuidado levam as mulheres a prestarem atenção a outras vozes que não as delas mesmas e a incluírem em seus julgamentos outros pontos de vista (Gilligan, 1982, p. 17).

Esta aproximação com as ideias enunciadas pela autora é produtiva na medida em que, através delas, pode-se compreender que um dos fundamentos do cuidado é a capacidade de reconhecer que o outro carece de atenção. Não se trata de uma atenção romantizada, mas de um estado de atenção responsável e que deve ser partilhada independente do gênero.

Provocados por esta discussão busca-se, neste texto, problematizar até que ponto a identidade feminina materna, como sujeito exclusivo do cuidado, é observada em uma situação peculiar para com o filho, no caso do autismo, a partir de suas próprias falas analisadas em postagens publicadas através de *sites* de redes sociais, como o Facebook. Nota-se que, na contramão dos modelos instituídos ao lugar feminino, as próprias mulheres têm

buscado romper com uma série de molduras sócio históricas, normativas, e se antecipado à instituição da própria fala, ou seja, buscam formas de amplificar sua voz e expressar suas próprias vivências e pensamentos sobre a condição feminina da maternidade. Cada vez mais são as mulheres que enunciam suas vidas, histórias e experiências a fim de projetar a sua voz. Não raro, o espaço digital das redes sociais tem sido usado como uma fonte importante de observação destes exemplos recentes. Todos os dias, circulam na internet, através de *sites* de redes sociais, desabafos, pedidos de apoio, histórias de vida, relatos de todo o tipo produzidos e compartilhados.

Estas ferramentas tecnológicas que constituem um espaço de fala, sem dúvida, evidenciam modos de interação diferentes daquelas offline, mas oferecem indicativos importantes para compreender como tais postagens projetam certa visibilidade e constituem a enunciação das mulheres que aqui comparecem. *Sites* de redes sociais compreendem um tipo de espaço construído pelas tecnologias, mas também um tipo de público ou coletivo que

emerge destas apropriações (Recuero *et al.*, 2015). Assim, conforme os autores, este texto refere-se apenas aos espaços de enunciação propiciados pelos recursos tecnológicos, os *sites* de redes sociais, como o Facebook.

Neste contexto, busca-se compreender como se processam certos movimentos opostos a estas construções acerca da figura feminina materna e instituída que tem se expressado através de *posts* observados no Facebook. Questiona-se como estas práticas comunicacionais, via redes sociais, têm sido acionadas pelas próprias mulheres de modo a possibilitar falas que buscam a desconstrução do modelo bem demarcado da figura conjugada mulher-mãe.

De que modo a mulher relata a si mesma oferecendo outra perspectiva daquilo que se construiu normativamente como a tarefa principal feminina: a de ser mãe? Haveria um modo feminino do cuidar segundo a fala da própria mulher? E, finalmente, como elas mesmas se enunciam neste espaço digital hoje? Na pesquisa empreendida se observa como o reconhecimento do papel ou do lugar de mãe tem sido revisto, questionado, problematizado,

e não simplesmente mencionado ou comentado de modo superficial, ainda que em um ambiente altamente fluido e mutável como o digital. É possível notar, ao contrário, que tais postagens publicadas funcionam como relatos de si (Rago, 2013; Butler, 2015), pois adquirem um teor crítico e subjetivo acerca do próprio lugar daquela que se enuncia como um sujeito de fala legítimo.

A partir do estudo de caso realizado na pesquisa destacam-se, neste texto, os relatos-postagens de mães de crianças portadoras do autismo. Durante os meses de acompanhamento das postagens, entre janeiro e julho de 2017, foram observados 494 *posts* da página do Facebook Lagarta Vira Pupa. Nela, as mães de crianças autistas escrevem suas próprias histórias e reavaliam, criticamente, como a tarefa feminina atribuída à maternidade – sob a condição exclusivamente de cuidadora, benevolente, sempre disposta ao sacrifício silencioso e irreprochável – é incompatível com a experiência em sua realidade material e de interações cotidianas com seus filhos portadores da síndrome. Os relatos-postagens podem

ser compreendidos como elementos biográficos em um espaço que adquire cada vez mais um teor testemunhal baseado no uso que as mulheres fazem destas postagens, a fim de indicar como a relação parental está atrelada à exaltação da figura materna, principalmente se envolvida em uma condição de vulnerabilidade, como ocorre com as mães de crianças com autismo. Aqui, a dimensão do cuidado familiar aparece alicerçada exclusivamente na identidade feminina como figura essencialmente cuidadora.

No caso particular desta pesquisa observa-se, a partir das demarcações metodológicas da etnografia virtual sublinhadas por Christine Hine (2004, 2015), como a relação das mulheres, mães de filhos com síndrome do espectro autista, emerge como uma força disruptiva neste quadro conformador do papel sacrificial da mulher, outra homenageada de mãe azul, e cuja experiência cotidiana provoca deslocamentos no modelo cultural e simbólico que designa a figura feminina enquanto mãe idealizada no quadro dos padrões morais e identitários em discussão.

A abordagem etnográfica para a análise de postagens das mães azuis no Facebook

Popularizado em filmes, séries, telenovelas, programas de TV, livros e notícias, o significado do autismo foi concebido a partir de discursos e imagens difundidos em formatos midiáticos e que contribuíram, também, para a construção de estigmas sobre os portadores como pessoas com deficiência, sujeitos especiais ou carentes de atenção e cuidado. Isso se deve ao fato de que, nestas produções, revela-se parte da realidade do indivíduo com autismo em suas relações cotidianas de modo a evidenciar suas diferenças comportamentais mais comuns, suas dificuldades, assim como certos potenciais prodigiosos que podem se manifestar em alguns dos portadores do transtorno.

Com a intensificação dos estudos no campo da medicina e a ampliação do transtorno para um espectro maior compreende-se que o TEA (Transtorno do Espectro Autista) abriga hoje vários níveis de dificuldades de desenvolvimento na pauta autística. Isso elevou a quantidade de diagnósticos e o fomento de discussões em grupos de

peças que convivem com indivíduos incluídos no espectro. Entendido como uma condição do desenvolvimento neurológico, o TEA é caracterizado por uma alteração da comunicação do indivíduo em sociedade e pela presença de comportamentos repetitivos. Segundo estimativas do CDC (Center of Diseases Control and Prevention), nos Estados Unidos, tem-se um caso de autismo para cada 68 pessoas (1,47%) no mundo¹. No entanto, estes números aumentam à medida que as metodologias ficam mais precisas e os diagnósticos tornam-se mais precoces.

Aliado à realidade dos diagnósticos surgem também mais buscas por informação, apoio e troca de experiências entre diversos grupos sociais. Médicos, psicólogos, profissionais de saúde e da área jurídica, além de familiares, pais e amigos de pessoas com autismo ampliam seus contatos e formam uma espécie de ampla rede, tanto discursiva quanto socio-afetiva, em torno do tema e suas vivências para

que seja melhor identificado e reconhecido. Por não ter aspectos físicos e visíveis reconhecidos como próprios de uma determinada deficiência, como a Síndrome de Down, por exemplo, as características comportamentais e estereotipadas das pessoas com autismo não são facilmente identificadas, especialmente nos casos de transtornos com graus mais leves.

A dificuldade de socialização, o não cumprimento de convenções sociais básicas (responder a uma pergunta, manter contato visual em um diálogo, compreender simples ambiguidades na linguagem, ou apenas permanecer tranquilo e atento a um discurso) e a produção de movimentos repetitivos tornam confusas e estereotipadas as relações com as pessoas que apresentam o transtorno do espectro autista. No caso das crianças isso se torna ainda mais complexo, visto que estes traços se misturam às diferenças do desenvolvimento infantil e podem resultar da má conduta da educação familiar ou ainda serem facilmente classificadas como falta de limites ou birras infantis. Estas diferenças comportamentais – aliadas à pouca e distorcida informação que

é difundida por veículos de comunicação que valorizam as estereotipias – fortalecem o estigma em torno do autismo e, assim, a dificuldade no reconhecimento de um indivíduo que está no espectro (D'Antino & Vinic, 2011). O estigma, portanto, não está enraizado nos atributos do autismo, nas suas características ou sintomas, mas surge, com todos os seus prejuízos, da relação entre o transtorno e os diferentes significados históricos e culturais que o acompanham. Parte das classificações feitas pela sociedade, sobretudo, através dos meios de comunicação, seus produtos e discursos rasos, que reforçam certas noções e ideias acerca do transtorno e em relação àquilo que o autismo parece ser.

Neste contexto de múltiplas falas é possível notar que familiares próximos de crianças com autismo têm buscado modificar a imagem comum sobre o transtorno através da intensificação do uso dos dispositivos tecnológicos e comunicacionais. São sobretudo mães de crianças autistas que mobilizam grande parte dos grupos que se constituem pelos sites de redes sociais, como o Facebook, no intuito de difundir informações, mas principalmente

1 Junior, P (2014). Casos de autismo sobem para 1 a cada 68 crianças. *Revista Autismo*. 28 de março. Disponível em: <http://www.revistaautismo.com.br/noticias/casos-de-autismo-sobem-para-1-a-cada-68-criancas>. Acedido a 5 julho de 2016.

compreender melhor sua própria realidade no exercício da troca de experiências, além de expressar suas vivências cotidianas como mães de crianças que carecem de cuidados especiais. Identifica-se que são as mães que têm promovido formas interacionais, trocas de apoio, narrativas testemunhais, além de reivindicações diversas, antes destinadas apenas aos grupos presenciais de ajuda médica e ao convívio familiar mais próximo.

Assim, a pesquisa se aproxima das falas de mulheres mães sob o aporte da abordagem da etnografia virtual (Hine, 2004, 2015), de modo a valorizar a prática da observação não participante e coletar as informações partilhadas por diferentes perfis de grupos que utilizam o Facebook. Segundo Hine, o uso cotidiano transpõe as discussões sobre a tecnologia em si em favor das práticas de sociabilidade. De acordo com esta perspectiva, não são os aparatos tecnológicos os responsáveis por impactos nas vidas das pessoas ou dos grupos que convivem com o autismo. Em vez disso, são os aspectos decorrentes da relação destes sujeitos com a tecnologia que precisam ser considerados.

Interessam as atitudes que envolvem o uso do Facebook, como pode contribuir para a compreensão daqueles que vivem e falam em nome do autismo em seu cotidiano. A abordagem qualitativa observa um tipo especial de documento de análise no qual a experiência pessoal se entrelaça à compreensão ativa de um contexto tecnológico e comunicacional, no qual estão diluídos os antagonismos canônicos que demarcavam as distinções entre a subjetividade de um relato individual e objetividade da vida social. Christine Hine tem sido uma das pesquisadoras a considerar esta perspectiva profícua para a análise das práticas sociais e culturais em um contexto como o da internet enfatizando, sobretudo, suas formas e usos cotidianos. A recém-chamada etnografia virtual parece compreender uma abordagem metodológica adequada para delimitação de um campo de observação e coleta de materiais afins que se desenvolve na pesquisa, na medida em que respeita a densidade descritiva e interpretativa envolvida tanto no fenômeno quanto no trabalho de análise, mas principalmente, porque ressalta a dimensão complexa do

processamento e cotejo das informações neste ambiente constantemente modificado.

Deste modo, a abordagem enseja uma visão de contiguidade e não de sobreposição ou determinismo entre tecnologia e sociedade como um aspecto basilar de pesquisa. Este ponto que se colocaria como um problema de demarcação ou limite metodológico (dos contextos online e offline) para os adeptos de uma perspectiva tradicionalista, na proposta de Hine, é justamente o que se configura como renovação epistemológica que favorece uma investigação interdisciplinar em um campo fluido e poroso como a internet (Hine, 2004). O trabalho de campo se traduz em uma pesquisa que busca observar, acompanhar, documentar (salvar arquivos, mensagens transcritas, *printscreens* de postagens), questionar (usar o diário de anotações) e analisar descritivamente o material coletado. Para isso, foi realizada uma seleção e coleta dos materiais empíricos de modo que não se descolassem do seu contexto de compartilhamento. Daí porque foi importante associar textos e imagens

que compunham as postagens como primeira etapa em exame.

Para o recorte do material empírico foi selecionado apenas um dos *sites* de redes sociais, o Facebook, onde se encontra a página Lagarta Vira Pupa, para compor o estudo de caso trazido como exemplar. As etapas da pesquisa compreenderam:

- a) o desenho dos mapas descritivos (social, espacial e temporal) da página;
- b) a coleta e estruturação dos dados;
- c) a análise dos dados;
- d) os registros etnográficos que compõem o material interpretativo.

O recorte temporal foi marcado entre janeiro e julho de 2017, definido por ser o maior período possível de observação durante o tempo disponibilizado para a análise e documentação da pesquisa. Para a primeira etapa do registro das análises, de caráter quantitativo, foi utilizada a ferramenta Netvizz² que, ao término do período,

2 A Netvizz (<https://apps.facebook.com/netvizz/>) é uma ferramenta desenvolvida por Bernard Rieder para apoiar pesquisas acadêmicas no contexto do DMI – Digital

auxiliou na coleta dos dados brutos da página observada e permitiu o desenho dos mapas descritivos.

A partir das informações foi possível estudar e analisar os dados para a elaboração das tabelas: propriedades dos ambientes digitais pesquisados, números de seguidores, tipos de publicações, estatísticas de publicações e interações e as publicações de maior engajamento. Ao final, foi realizada a estruturação e análise dos dados qualitativos (conteúdos discursivos, postagens e publicações, relatos e testemunhos, pesquisas) de cunho descritivo-interpretativo da página com a indicação dos temas mais recorrentes nas postagens; em particular, observa-se as falas das mães azuis.

Desconstruções da mãe azul em relatos-postagens no Facebook

Methods Initiative – também para fins etnográficos. Sua função é coletar diferentes tipos de dados do Facebook, sobretudo de Páginas, Grupos e Eventos (Ibpad, 2017). Ibpad. Etnografia em Mídias Sociais – 2ª Ed. – Netvizz – Parte 1 - Disponível em: <http://www.ibpad.com.br/aula/netvizz-parte-1/>. Acedido a: 20 de julho de 2017.

A página Lagarta Vira Pupa foi criada em 2012, por Andréa Werner Bonoli, jornalista e mãe do garoto Theo. Apresentada como *diário de uma mãe com seu garotinho autista*, a página obteve grande alcance de público. Conforme a página, a finalidade deste espaço era possibilitar a partilha e troca de experiências, os testemunhos vivenciados com os tratamentos, a evolução do garoto e os desafios que mãe e filho enfrentam em seu cotidiano.

Os conteúdos publicados por Andréa Werner são hospedados também no *website* LagartaViraPupa.com.br. Até o dia da coleta de dados, somente o perfil no Facebook registrava mais de 78.000 seguidores; usuários da rede que optam por seguir e receber as notificações de todas as atualizações. No Instagram, as publicações seguem a mesma diretriz do Facebook quanto à valorização da maternidade e o destaque da figura feminina no auxílio aos avanços de aprendizado da criança.

As postagens são direcionadas, de modo especial, para as mães. Entre os relatos de suas vivências é possível notar a variedade de temas que

Tabela 1 – Tipos de Publicações – Página Lagarta Vira Pupa (Facebook)

| Tipo | Quantidade |
|--------------|------------|
| Link | 272 |
| Fotos | 129 |
| Vídeos | 62 |
| Status | 25 |
| Eventos | 6 |
| Total | 494 |

Andréa lança mão para ilustrar como sua atuação é importante para cada avanço do garoto, para a resposta aos novos métodos, para a indicação das alternativas de aprendizado encontradas, entre outros, todas organizadas e detalhadas em uma coluna especial intitulada Nossa Vida. Outras informações de caráter mais geral somam-se a este espaço e Andréa posta dicas de rotinas, dados técnicos sobre o autismo, indicações de médicos, escolas e afins. O *website* LagartaViraPupa.com.br armazena e categoriza toda a produção realizada por Andréa. Fotos e vídeos também são recursos bastante usados, afinal, facilitam a produção das narrativas testemunhais da página.

Durante os meses de observação, a página trouxe 494 postagens que representam uma rotina média, semanal, de 17 publicações. A movimentação e atualização da página são constantes, com 2,4 *posts* diários. Foi possível verificar que, por conta do conteúdo das postagens apresentar forte teor testemunhal prevalecem as interações como curtidas, reações indicativas de emoções e comentários (Tabela 2), típico do que caracteriza a existência

de laços sociais dialógicos, conforme identifica Recuero (2014).

Como fruto das vivências com Theo, Andréa também lança, em abril 2016, no mês da consciencialização sobre o autismo, seu primeiro livro *Lagarta Vira Pupa: a vida e os aprendizados ao lado de um lindo garotinho autista*. Em 2017, também em abril, lança a segunda publicação *Meu amigo faz iiiii*.

Para além de toda a mobilização de Andréa, observa-se que, dentre os *posts* que circulam no Facebook, um tema, em especial, ocupa uma preocupação peculiar: os olhares punitivos e as opiniões pouco compreensivas e estereotipadas, manifestadas em certas situações vividas entre mãe e filho no espaço público. Estes fatos parecem ser muito frequentes e causam incômodos que funcionam como uma espécie de ativadores das quebras de protocolo que se espera de uma mãe adequada (fig. 1 e fig. 2).

São *posts* como estes que geram inúmeros comentários que motivam a atualização das experiências em outras mulheres que relatam, de volta, seus fatos vividos nos mesmos contextos. Aqui emerge também a

valorização das reações solidárias próprias à condição de quem convive com o autismo e que encontra, pela troca de postagens e comentários, o encorajamento à atitude positiva de uma mãe real em detrimento das posturas e atitudes esperadas na idealização de mãe azul. Indica-se que o discurso predominante das postagens se remete às críticas e expectativas sociais acerca dos comportamentos considerados normais e que, quando as crianças com autismo promovem atitudes consideradas inadequadas ou estranhas, a mãe é a personagem-alvo dos olhares punitivos e de censura, pois se atribui a ela a absoluta responsabilidade pela conduta dos filhos. Portanto, é preciso destacar que estas perspectivas são culturais, eivadas de valores morais e, por isso nota-se que as publicações tentam reverter essa ordem, de modo a encorajar aquelas mães que vivenciam as mesmas dificuldades a se reconhecerem nas situações e fortalecerem suas posturas como mulheres através destes novos laços interativos e de trocas que se formam.

Em outro *post*, em maio, no dia das mães, Andréa publica um vídeo que tenta romper com a falsa ideia de

Tabela 2 – Estatísticas de Publicações e Interações

| Mês | Publicações | Curtidas | Reações | Comentários | Compartilhamentos |
|--------------|-------------|----------------|----------------|---------------|-------------------|
| Janeiro/17 | 37 | 20.271 | 25.821 | 3.425 | 4.080 |
| Fev/17 | 61 | 32.630 | 39.411 | 3.548 | 8.981 |
| Março/17 | 63 | 32.586 | 41.526 | 4.178 | 3.919 |
| Abril/17 | 58 | 29.533 | 36.276 | 3.284 | 5.133 |
| Mai/17 | 94 | 56.062 | 69.225 | 7.004 | 19.123 |
| Junho/17 | 110 | 56.519 | 66.141 | 5.888 | 17.160 |
| Julho/17 | 71 | 40.901 | 50.049 | 4.484 | 10.239 |
| Total | 494 | 268.502 | 328.449 | 31.811 | 68.635 |

Reações = curtidas + marcações de ícones de emoções (emojicons).

Figura 1

Fonte: Facebook/LagartaViraPupa. Muitos dedos apontados. Disponível em: <https://www.facebook.com/318599444843529/posts/1244329702270494>. Publicado a 16 de janeiro de 2017. Extraído a 15 de julho de 2017.



Lagarta Vira Pupa
16 de janeiro de 2017 · 🌐

⋮

Calçar os sapatos dos outros é importante. Muita gente precisa entender isso antes de apontar o dedo e julgar.
"Ser mãe de uma criança com deficiência não é nem um pouco fácil. Se houvesse menos julgamentos e mais mãos estendidas, essa realidade poderia ser bem diferente."
#postnovo
Mais aqui:




LAGARTAVIRAPUPA.COM.BR

Muitos dedos apontados, poucas mãos estendidas | Sobre empatia Saiba mais

👍👎👤 2,1 mil
125 comentários 1 mil compartilhamentos

Figura 2

Fonte: Facebook/LagartaViraPupa. No restaurante. Disponível em: <https://www.facebook.com/318599444843529/posts/1363488700354593>. Publicado a 21 de maio de 2017. Extraído a 15 de julho de 2017.



Lagarta Vira Pupa
21 de maio de 2017 · 🌐

⋮

Querida pessoa da mesa ao lado no restaurante,
Se meu filho grita do nada e você olha, é natural, quase uma reação automática, e eu entendo. Mas, se depois disso, você continua olhando, aí já é falta de educação e de empatia mesmo.
Grata!

👍👎👤 3,2 mil
269 comentários 182 compartilhamentos

que as mães de crianças com autismo são sempre guerreiras incansáveis, que jamais perdem a paciência e que abdicam de toda a sua vida em favor do filho. Ela se opõe à carga que as obrigações deste contexto exige quando as suas preferências pessoais são suprimidas pelas atitudes e cuidados necessários, demandados pela deficiência do filho (fig. 3).

É possível notar que suas postagens exploram as dificuldades das mulheres, que são mães de crianças com autismo, a partir do seu cotidiano. Ela revela quais os motivos que justificam a falta de paciência, o cansaço, a necessidade de apoio de quem observa os comportamentos inconvenientes da criança e, desta forma, dá voz aos sentimentos de tantas mulheres que se sentem cansadas com o peso do rótulo “mãe azul”. Vale ressaltar aqui que este escrito tornou-se um dos *posts* com maior engajamento do período de observação.

Ainda neste propósito, em tom de esclarecimento e como demonstração de cansaço por ser alvo dos mesmos tipos de comentários padronizados relacionados ao papel da mulher que é mãe de crianças especiais, ela elenca

as *10 coisas que uma mãe de autista gostaria que sua amiga soubesse* (fig. 4). Desta forma, tenta minimizar a carga de responsabilidades imposta às mulheres responsáveis por crianças com alguma necessidade especial, a fim de diminuir os elementos de linguagem estigmatizadores.

As postagens assumem um tom não apenas complacente, mas por vezes pedagógico, pois pautadas pela posição legítima que, a esta altura, reafirma a fala de uma mulher tanto experiente quanto consciente de seu lugar. Em retrospecto, é possível notar, a partir destes relatos-postagens, que Andréa elabora um posicionamento de fala que busca certa autonomia e afirmação para além da maternidade enfatizando, portanto, o protagonismo da figura feminina na relação do cuidado, como visto em Gilligan (1982), porém em experimentação constante de deslocamentos, tensões, rupturas, e não como uma identidade inerente à mulher. Deste modo, não apenas a mãe comparece em perspectiva neste contexto, mas se desloca e transita entre os lugares de mulher, conselheira, especialista e testemunha perante as outras.

Rago (2013) define os relatos de si como uma prática emancipatória, no sentido de que os sujeitos que relatam sua experiência a um interlocutor se reinventam, costuram sua subjetividade a outras trajetórias, identificam conflitos, frustrações e vitórias utilizando a narrativa (o relato oral ou escrito) como espécie de ferramenta política. Assim, relatar-se é uma experiência intensa, miúda e constante de construção e identificação de outros modos de ser, pensar, agir e existir em prol da autonomia e emancipação, sobretudo quando se refere às mulheres em desconstrução do universo simbólico da maternidade como devoção ou sacrifício (fig. 5).

Vale a pena ressaltar que a mulher, no papel da cuidadora exemplar, não se restringe ao âmbito familiar, mas comparece com intensidade nas cobranças cotidianas e juízos de valor de uma sociedade que qualifica como boa mãe aquela que sempre atende às necessidades do outro com paciência e abnegação. Curioso notar que este papel é sempre demandado à mulher já que a figura masculina, o pai, quase nunca comparece ou se apresenta neste contexto. Mesmo nos *posts* de

Figura 3

Fonte: Facebook/LagartaViraPupa.

Mãezinha azul. Disponível em: <https://www.facebook.com/318599444843529/posts/1354909351212528>. Publicado a 12 de maio de 2017. Extraído a 15 de julho de 2017.

 **Lagarta Vira Pupa**
12 de maio de 2017 · 🌐


Mãe já é beatificada. Mãe de criança com deficiência, então, é aquele ser do amor incondicional, que não se cansa, nunca perde a paciência, abre mão totalmente da vida pessoal e do seu lado mulher. Certo? Errado. Dá uma olhadinha nesse video que fiz especialmente para o Dia das Mães explicando issaê.




👍❤️🌸 2,4 mil 410 comentários 1,4 mil compartilhamentos
68 mil visualizações

Figura 4

Fonte: Facebook/LagartaViraPupa. 10 coisas importantes. Disponível em: <https://www.facebook.com/318599444843529/posts/1404502639586532>. Publicado a 1 de julho de 2017. Extraído a 15 de julho de 2017.

 **Lagarta Vira Pupa**
1 de julho de 2017 · 🌐

6. Eu não sou especial. Na verdade, eu não tive escolha. Eu amo meu filho acima de tudo. Mas eu também perco a paciência com ele, eu também me sinto a pior mãe do mundo, eu não sei sempre o que fazer, e tem dias em que tudo o que eu gostaria é de uma passagem sozinha para o outro lado do mundo.
Mais no post!
#maiscompartilhados




LAGARTAVIRAPUPA.COM.BR
10 coisas que uma mãe de autista gostaria que sua amiga soubesse

👍❤️🌸 1,6 mil 105 comentários 801 compartilhamentos

Figura 5

Fonte: Facebook/LagartaViraPupa. O rumo está certo? Disponível em: <https://www.facebook.com/318599444843529/posts/1340128186023978>. Publicado a 25 de abril de 2017. Extraído a 15 de julho de 2017.


 **Lagarta Vira Pupa** 25 de abril de 2017 · 🌐

Sabe aqueles dias em que você se questiona mil vezes se tem tomado as melhores decisões pro seu filho? Se tem escolhido as melhores abordagens? Se o rumo está certo? Se deve prosseguir com algo ou parar? Tô nessa hoje. Já falei do "jogo da adivinhação" com a criança que não fala. Ele, às vezes, é cruel. Quando sinto o Theo mais irritado, não dá pra perguntar o que aconteceu ou por que ele está assim. Tenho que dar uma de detetive e sair investigando as possíveis razões. E nem sempre há respostas. Nem sempre. O que sempre está lá é a vontade de acertar, de ser a mãe que ele precisa, de facilitar um pouco as coisas pra ele. Ah, Theo, se você soubesse... 😞❤️ #vidademae #maternidadeatipica

👍👎🗨️ 2,4 mil 341 comentários 91 compartilhamentos

Figura 6


Fonte: Facebook/LagartaViraPupa. Acabou a paciência. Disponível em: <https://www.facebook.com/318599444843529/posts/1405783319458464>. Publicado a 2 de julho de 2017. Extraído a 15 de julho de 2017.

 **Lagarta Vira Pupa** 2 de julho de 2017 · 🌐

****O dia em que a "mãezinha azul" perdeu a paciência ****

Menino adora tênis novo, né?! Sim. Ou não. Se ele for autista, "tênis novo" é praticamente nome de filme de terror pras mães. Mudamos pra SP há 2 semanas e Theo não tinha mais tênis. Só usou sandália desde que voltamos pro Brasil no ano passado porque BH é mais quente que SP. O único tênis que veio na mala não cabia mais. Sabendo que ele ia pra escola, já cheguei aqui e comprei um tênis novo. E comecei as técnicas de convencimento. "Nossa, que tênis lindo!". "Ninguém tem um tênis desses, só o Theo!". E por aí vai. Muito choro, muito drama, se recusou a calçar. Ia pra escola no friozinho de sandália. Após duas semanas, as professoras já tinham convencido o rapaz a usar meia. Mas nada do tênis. Hoje cedo, fomos sair e estava frio. Eu e marido nos olhamos e decidimos que ele ia ter que calçar. Tentamos as técnicas de convencimento já batidas, o pai calçou um tênis do lado dele pra dar o exemplo, e ele continuava fazendo drama. A paciência da mãezinha (e do paizinho) azul acabou. Decidimos que ia com choro e drama mesmo. Falei que ele só iria passear com a gente de tênis. Calçamos várias vezes e ele descalçou de novo. Mas, se ele é bicudo, é porque tem pais bicudos também. 2x1. Ganhamos no cansaço. Fim. 😞

#entendedores #menasmain #menasazul #maezinhaazultambemcansa



👍👎🗨️ 2,2 mil 321 comentários 57 compartilhamentos

Andréa dificilmente há menções sobre a participação mais efetiva do pai do garoto. Assim, promove-se uma espécie de ciclo, onde se institucionaliza a tarefa do cuidado executada pela mãe, mas que, não obstante, a invisibiliza e desvaloriza seus esforços em uma missão que nunca se cumpre satisfatoriamente aos olhos da sociedade. Neste caso, nem mesmo a própria Andréa parece reivindicar o cuidado como dimensão da responsabilidade também paterna. O cuidado, mesmo compartilhado entre uma rede de solidariedade, é quase sempre formado por outras mulheres.

Aqui, compreende-se que a leitura de Gilligan (1982) acerca do desenvolvimento moral masculino e feminino constituiu uma tentativa de reduzir a compreensão e importância do vínculo, do valor relacional – atribuído ao âmbito feminino, como uma outra voz, voz diferente – em prol dos estereótipos de gênero vigentes na sociedade patriarcal. No caso exemplar, crianças com autismo, em geral, têm muita resistência às novidades. Para elas, o previsível, rotineiro e o já conhecido objeto de costume são sempre confortantes e estabilizadores

dos seus órgãos sensoriais. É comum haver dificuldade para fazer a criança experimentar e aceitar uma roupa ou calçado novos. Em uma destas tentativas, por exemplo, Andréa perde a paciência com o filho, que não queria calçar o tênis novo para ir para a escola (fig. 6).

O consolo para tantos receios em seus escritos que, aos poucos, desconstruem inúmeros estigmas em torno da imagem da mãe azul vem da condição de quem está em movimento, em revista, ou seja, disposta sempre a tentar e a encontrar as pistas sobre o que pode, em cada caso, funcionar. Andréa, em nenhum momento, se coloca como a especialista da realidade que enfrenta, mas, se desfaz constantemente do lugar de mãe para reforçar o de mulher que vive novas experiências e desafios tanto com o filho quanto para si mesma. Daí porque seus *posts* concentram um teor testemunhal e funcionam como breves relatos.

O relato de si convoca um trabalho sobre si, entendendo esse si não como uma instância substantiva, ou um núcleo imutável, mas como uma potencialidade relacional, uma zona de constituição da intersubjetividade.

Assim, o relato de si reestrutura e redefina o campo de ação possível, tanto para si como para os outros, em uma dinâmica de auto constituição existencial e política: “há uma estética da enunciação, que se abre a algo de novo e permite emergir a potência do sujeito e o sujeito em sua potencialidade” (Butler, 2015, p. 199).

O relato de si é sempre uma ação voltada, ao mesmo tempo, para a auto revelação, a auto transformação e configuração dos termos e esquemas de inteligibilidade que definem quem fala e para quem fala. Por meio destes escritos a experiência interior torna-se uma experiência social, matéria constitutiva da existência autônoma do indivíduo como sujeito social que busca romper as identidades fixadas. Uma das dimensões da autonomia, segundo Rago (2013), consiste em mostrar que o indivíduo age como sujeito político quando é capaz de negociar com os outros as condições de sua existência. A autora destaca que a capacidade de construir e conduzir a própria história não é algo que se conquista isoladamente. A autonomia não está relacionada ao individualismo ou à autossuficiência, nem pode

ser pensada de maneira descolada de aspectos culturais e de socialização. Ao invés disso, sua construção é intersubjetiva e exige que pense sobre: a) relações de poder; b) elementos ligados a valores, práticas e modos de subjetivação; c) experiência; d) competências comunicativas originadas nas redes interativas que as pessoas estabelecem umas com as outras.

A colocação em perspectiva destas posições morais baseadas da identidade de gênero da mulher como mãe cuidadora, a mãe azul, poderia auxiliar a sair do enclausuramento das posições. Deste modo, a tensão dos limites entre experiência pessoal e olhar público colocada pelas postagens fortaleceria o argumento de uma atitude reveladora que é reforçada pelas formas de enunciação que a mulher encontra hoje e que adensa o que é suposto ser verdadeiro pelas formas da apresentação imediata e direta como seu franco valor. Tem-se uma construção do lugar de fala de uma mulher que, consciente de seu *status* social, político e da projeção que pode alcançar, se põe como agente qualificado das dificuldades reais e legítimas que vivencia, isto é, como autêntica

portadora de uma experiência originária capaz de mostrar a verdade das coisas que merece ser compartilhada. As postagens produzidas e compartilhadas são formas de relatos que adquirem relevância justamente por sua heterogeneidade constitutiva. Não há separação ou limites bem contornados entre o trabalho da escrita e a vida experimentada de todos os dias. Deste modo, as mulheres buscam tecer outra história aquelas que outrora lhes identificaram como as mães azuis.

Considerações finais

Neste texto, buscou-se apresentar apenas uma parte da observação descritiva do material de pesquisa a fim de notar, através do estudo de caso, como a atuação de uma mulher, mãe de criança autista, se expandiu para outras frentes de modo a deslocar a figura feminina do tradicional lugar identitário de mãe exemplar, a chamada mãe azul. Além de relatar seu cotidiano com o filho autista, verificou-se que Andréa assumiu uma posição de destaque como porta-voz para outras mulheres que vivenciam experiências similares e, assim, ela ampliou

a interação em uma rede socio-afetiva, com base nas interrogações feitas a si mesma, sua atuação como mulher e como mãe.

A utilização de um espaço como o Facebook permitiu observar como o uso de um dispositivo tecnológico e comunicacional foi manejado pela própria Andréa como espaço de enunciação. Através do material das postagens foi possível observar que os *sites* de redes sociais são hoje uma etapa importante na busca promovida pelas mulheres e mães que convivem com o autismo, pois as comunidades virtuais criadas em torno de suas vivências podem funcionar como forma de aproximação destas falas. Estes *posts* permitem observar como ocorre a exposição destas mulheres, como negociam seus escritos para construir sua visibilidade e popularidade, bem como também certo nível de reputação e autoridade sobre os demais discursos que fixam identidades.

As mulheres mães que recorrem e atuam neste ambiente de rede buscam ampliar, através deste espaço digital, suas vozes, histórias e experiências. Estas reconstruções individuais e personalizadas foram percebidas em

páginas sobre o autismo através de elementos que expressam a causa destas mulheres buscarem ser vistas como atores sociais de fato e estarem ali, cotidianamente. As narrativas de suas experiências, seus textos e fotografias, a publicação de informações sobre tratamentos ou manifestações a favor da conscientização, o vínculo com outras mulheres, grupos ou páginas que estão apresentadas na sua rede, tudo isso reforça o interesse em se afirmar como sujeito autônomo, sujeito de fala, por sua própria voz (Gilligan, 1982). Afinal, suas histórias podem ser contadas e suas produções compartilhadas, no intuito de garantir um espaço de fala e, portanto, também das suas demandas por atenção, reivindicações, apelos e desconstruções.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Biroli, F. (2013). Autonomia, opressão e identidades: a resignificação da experiência na teoria política feminista. *Revista Estudos Feministas*, 21, 81-105.
- Butler, J. (2000). Corpos que pensam: sobre os limites discursivos do sexo. In Louro, G. L. (Ed.), *O corpo educado: pedagogias da sexualidade* (pp.151-172). Belo Horizonte: Autêntica.
- Butler, J. (2015). *Relatar a si mesmo*. Belo Horizonte: Autêntica.
- D'antino, M. & Vinic, A. (2011). *Representação cinematográfica dos Trans-tornos do Espectro do Autismo*. São Paulo: Memmon.
- Emidio, T. (2011). *Diálogos entre feminilidade e maternidade*. São Paulo: UNESP.
- Fineman, M. (1995). Masking dependency: the political role of family rhetoric. *Virginia Law Review*, 81, 2181-2215. DOI: 10.2307/1073577
- Gilligan, C. (1982). *In a different voice: Psychological theory and women's development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Goldenberg, M. (2004). *A arte de pesquisar. Como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais*. Rio de Janeiro: Record.
- Hine, C. (2004). *Etnografia virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: embedded, embodied and everyday*. London: Bloomsbury Academic.
- Kanner, L. (1943). Autistic disturbances of affective contact. *Nervous Child*. Retirado de: <http://simonsfoundation.s3.amazonaws.com/share/071207-leo-kanner-autistic-affective-contact.pdf>, em abril de 2016.
- Kittay, E. (1999). *Love's Labor. Essays on women, equality and dependency*. New York: Routledge.
- Pedreira, C. (2008). Sobre mulheres e mães: uma aproximação à teoria do cuidado. *Seminário Internacional Fazendo Gênero*, 8, Florianópolis.
- Perrot, M. (1989). Práticas da memória feminina. *Revista Brasileira de História*. São Paulo. Retirado de: http://www.anpuh.org/arquivo/download?ID_ARQUIVO=3846, em maio de 2016.
- Recuero, R. (2014). *Redes sociais na internet*. Coleção Cibercultura. Porto Alegre: Sulina.

Rago, M. (2013). *A aventura de contar-se: feminismos, escrita de si e invenções da subjetividade*. Campinas: Editora Unicamp.

Recuero, R., Bastos, M. & Zago, G. (2015). *Análise de redes sociais para mídia social*. Porto Alegre: Sulina.

Recuero, R., Fragoso, S. & Amaral, A. (2013). *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina.

Rocha-Coutinho, M.L. (1994). *Tecendo por trás dos panos: a mulher brasileira nas relações familiares*. Rio de Janeiro: Rocco.

Apresentação visual de corpos femininos online:

observações sobre a potência textual de selfies e nudes

Visual presentation of female bodies online: observations on the textual power of selfies and nudes

Thereza Nardelli

UFMG

therezanardelli@gmail.com

Joana Ziller

UFMG

joana.ziller@gmail.com

ORCID: 0000-0002-3150-1567

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_10

Resumo

Se as desigualdades se fazem presentes no acesso e no uso das tecnologias digitais de comunicação, elas parecem ressoar também no âmbito das representações visuais digitais, que deixam ver vidas e corpos femininos nas textualidades *online* que circulam cotidianamente. Nesse lugar, a fotografia e, especialmente, a prática do autorretrato compartilhado em rede têm papéis importantes na gestão de autovisualidades contemporâneas. Procuramos apresentar o *selfie* e o *nude* como formas atuais do autorretrato vernacular, e localizar sua importância e uso na disseminação de visualidades femininas em ambientes *online*. Concluímos, ao fim do texto, que os aspectos característicos do *selfie* enquanto gênero fotográfico e midiático, facilitam a apresentação de si, central para a enunciação de visualidades marginais.

Palavras-chave: *selfie; nude; autorretrato; textos visuais; Bucepowergang.*

Abstract

If inequalities are present in the access and use of digital communication technologies, they also seem to resonate within digital visual representations, which allow women to see lives and bodies in the online textualities that circulate daily. In this place, photography and especially the practice of shared self-portrait in network play important roles in the management of contemporary self-visuals. We seek to present the selfie and the nude as current forms of vernacular self-portrait, and to locate its importance and use in the dissemination of feminine visuals in online environments. We conclude, at the end of the text, that the characteristic aspects of selfie as a photographic and media genre, facilitate the presentation of self, central to the enunciation of marginal visualities.

Keywords: *selfie; nude; self-portrait; visual texts; Bucepowergang.*

Autoinscrições em contextos digitais: *selfies* e *nudes*

De férias na praia, no espelho do elevador, no banheiro de casa, no quarto; instantânea e casual, ao alcance de um gesto. Inegavelmente cotidianas, as fotografias das quais falamos raramente são exibidas em galerias de arte e livros do gênero. Antes, habitam nossa experiência através do compartilhamento voluntário de seus fotógrafos, entre amigos e seguidores, na rolagem dos *feeds*¹ nas redes sociais digitais.

Selfie é o neologismo de língua inglesa² que popularmente³ designa essa prática reconhecida de autorretrato que

nos conta histórias sobre pessoas que contam histórias de si mesmas. Segundo Ardévol e Gómez-Cruz (2012), esse tipo de autorretrato é uma prática cada vez mais comum na internet

não apenas para a apresentação dos usuários e usuárias nos contextos sociais de interação, como em fotos que acompanham o perfil pessoal nas redes sociais, mas também como prática recreativa, lúdica ou autorreflexiva sobre o próprio corpo e a linguagem corporal (Ardévol & Gómez-Cruz, 2012, p. 182).

No entanto, o *selfie* não nos parece completamente inédito, na medida em que o tomamos como um modo de autoinscrição visual: o ato de dirigir a câmera para si mesmo, que ocorre na fotografia pelo menos desde o século XIX ou, mais amplamente, o próprio gesto de se autorrepresentar, que tem manifestações relevantes pelo menos desde a Antiguidade⁴, chamam o

selfie para um terreno histórico que não se esgota nele mesmo. Rettberg (2014) entende que a autorrepresentação nas mídias digitais remete a ascendências pré-digitais como os diários e autobiografias, os autorretratos dos artistas visuais e as cadernetas de anotações e agendas, e se dão principalmente de três maneiras: de forma escrita, como em publicações de *blogs* e atualizações de status; através de imagens visuais, como no caso dos *selfies*; e pelos modos quantitativos dos *lifelogs*⁵, nos quais há o armazenamento sistemático de dados e metadados quantitativos sobre os usuários. Autorrepresentar-se, entre tempos e técnicas: a história da autorrepresentação não está separada

1 Formato de visualização de informações comumente utilizado em plataformas sociais digitais, que permite a atualização, em uma única janela, de novos conteúdos postados (não necessariamente em ordem cronológica).

2 “Selfie” foi escolhida como a palavra do ano de 2013 para o Oxford English Dictionary, que apresenta a seguinte definição: “A photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a *smartphone* or webcam and shared via social media” (“Selfie”, n.d.).

3 O termo indica índices relevantes no buscador do Google a partir de agosto de 2013, tendo ápice em março de 2016. Esses dados, acessado por nós em 10 de novembro de 2016, podem ser visualizados em: <https://www.google.com/trends/explore?q=selfie>.

4 Stuart Hall (2014) aponta que a prática do autorretrato já é reconhecida nas culturas egípcias, grega e romana. A era medieval europeia mostrou manifestações concretas

do gênero que, vinculado à teologia cristã, tinha na autorrepresentação um apelo relacionado à auto-salvação, à honra e ao amor. No entanto, a partir do Renascimento, essa prática também se volta a uma representação mais naturalista e precisa, de peso individualista, da pessoa humana. É importante observar, no entanto, que Hall não aborda a história da autorrepresentação em outras culturas que não as mencionadas, às quais aborda de forma a vinculá-las à história cultural europeia.

5 *Lifelog* é uma denominação usada para os aplicativos ou aparelhos que rastreiam, capturam e armazenam informações diversas relativas às atividades cotidianas de seus usuários.

da história das formas de expressão, tampouco os autorretratos são objetos passivos, meros reflexos da história cultural. Antes, conjugam-se em combinações complexas e variáveis, que ocorrem com maior ou menor adesão das pessoas, e que perduram com maior ou menor visibilidade nas memórias particulares e institucionais. Se, por um lado, os autorretratos em óleo sobre tela e os relatos literários autobiográficos são frequentes objetos de interesse entre pesquisadores, as fotografias amadoras não têm sido estudadas com a mesma avidez, sendo por vezes negligenciadas como objetos de pesquisa (Rettberg, 2014, p. 10). No entanto, com câmeras digitais, *smartphones* e redes sociais, torna-se inegavelmente mais fácil para o cidadão comum⁶, que possa ter acesso a esses meios, criar e compartilhar os registros de si. O *selfie*, enquanto modo

de autorrepresentação visual mediada e massivamente acessível através do compartilhamento digital, surge, então, como um fenômeno de estudo interesse em diversos campos.

Na bibliografia mais recente (Saltz, 2014; Frosh, 2015; Gunthert, 2015; Tifentale & Manovich, 2015; Peraica, 2017; Zhao & Zappavigna, 2017), as definições do *selfie* frequentemente associam seu conteúdo representacional a aspectos sociotecnológicos de sua circulação. Tifentale e Manovich (2015) usam, por exemplo, o termo “fotografia em rede viabilizada por *softwares* e criada por usuários”⁷, considerando a possibilidade de que seja essa a forma visual vernacular essencial de nosso século. Com tal proposta, os autores procuram acentuar as implicações tecnológicas dessa produção, a saber, a centralidade do uso dos *smartphones* com câmeras acopladas e das plataformas sociais digitais de compartilhamento de fotografias para a efetivação dessa prática.

Como sugerem os autores, essas características definem e diferenciam esse modo fotográfico em relação a outros tipos de autorretrato na história do gênero. Manovich (2001) também acentua a contundência de aspectos técnicos em seu desenvolvimento teórico através da noção de *new media*, ou “nova mídia”, que se configura, para ele, em um contexto de “revolução dos meios”, na qual os computadores participam de quase todos os processos de produção, distribuição e comunicação, atuando na *transcodificação* e realinhamento de mídias já existentes, como a fotografia e o vídeo.

Paul Frosh (2015) reitera esse ponto ao afirmar que “o *selfie* é uma progenia das redes digitais” (Frosh, 2015, p. 1607). O autor entende que a caracterização do *selfie* necessariamente evoca aspectos que excedem as preocupações representacionais, apesar de incluí-las, sublinhando as características técnicas e materiais das práticas culturais que o envolvem. Essa abordagem se afasta de parte considerável das análises em teoria da fotografia por querer deslocar-se de um lugar de pesquisa que tome a imagem visual como objeto discreto de análise

6 Por “cidadão comum” não queremos designar “indivíduo médio”. Bem sabemos, o acesso à internet, a computadores e a *smartphones* não é homogêneo e muito menos universal. Nos aproximamos aqui da noção de “comum” proposta por Turner (2010), apenas para marcar um contraponto às celebridades e às instituições midiáticas, tradicionais controladores da produção de conteúdo.

7 Por ser um termo longo e de difícil tradução em português, transcrevemos a expressão original: “user-created networked software-driven photography” (Tifentale & Manovich, 2015).

a partir de um compromisso ontológico (e, muitas vezes, semiótico) com a apreciação isolada de seus aspectos formais ou estéticos (Frosh, 2015, p. 1608). Segundo Frosh, o *selfie* introduz uma “vantagem produtiva” na tensão entre linhas teóricas que oscilam entre tomá-lo ora como mero objeto estético, ora como prática sociotécnica. Por um lado, o *selfie* representaria uma inovação representacional na fotografia do dia-a-dia; Peraica (2017), por exemplo, nota como os *selfies* são fotografias que participam de um compartilhamento quase em tempo real entre fotógrafo e observador, estimulando um espaço de compartilhado de comunicação. Por outro, enquanto gênero fotográfico, não se pode simplesmente ignorar seu marco histórico em relação à atualização de convenções pictóricas contemporâneas, afinal, “não se pode reconhecer uma imagem como um *selfie* sem se olhar para o que ela representa” (Frosh, 2015, p. 1608). O autor pontua, portanto, que os critérios representacionais e as condições tecnoculturais em que o *selfie* surge envolvem tanto uma malha particular de dispositivos tecnológicos e uma socialização específica em torno de sua

concepção quanto uma forma particular de pictorialização da figura humana que atualiza gestualidades que designam modos de aparição sígnicas específicas na contemporaneidade.

Por isso, os *selfies* podem ser também identificados por algumas propriedades formais relacionadas a seus aspectos representacionais (Saltz, 2014; Frosh, 2015; Gunthert, 2015; Zhao & Zappavigna, 2017), como enquadramento, pose e conteúdo. Tal como apontam Saltz (2014) e Rettberg (2014), é possível mapear algumas qualidades comuns e até designar categorias de *selfies*. Dentre os tipos mais facilmente mencionados e reconhecíveis, temos, por exemplo, o *selfie* com o braço esticado, que coloca o espectador entre a pessoa fotografada e a câmera (Warfield *apud* Rettberg, 2014, p. 9), ou o *selfie* tirado em frente ao espelho, conhecido pelo termo em inglês *mirror selfie*, que dá a ver, simultaneamente, a câmera fotográfica (no celular) e o fotógrafo. Existe também o *selfie* coletivo, muitas vezes facilitado por um aparato mecânico que funciona como um extensor do braço, conhecido no Brasil como *pau de selfie*. Conforme

aponta Frosh (2015), a gestualidade característica do *selfie*, que resulta em padrões tipificáveis de representação, é encaminhada por uma dinâmica essencialmente corporal e tecnológica, na qual o corpo serve como suporte do aparato fotográfico (portátil) a partir de onde se produzem imagens que, por sua vez, estão constrangidas pelos limites biológicos e tecnológicos dos mesmos. Partindo da teoria enunciativa de Gillespie, Zhao e Zappavigna (2017) ressaltam os aspectos intersubjetivos propostos pelas relações entre conteúdo e enquadramento que, segundo as autoras, caracterizam a especificidade do *selfie* como gênero fotográfico e possibilitam uma tipificação. Segundo elas, para além de formular um texto que vocalizaria um “olhe para mim” (como sustenta uma leitura unicamente narcisística da prática), os *selfies* designariam algo mais próximo de uma enunciação do tipo “esta é minha perspectiva”. Segundo as autoras, “o que distingue o *selfie* das formas tradicionais de fotografia é o primeiro-plano da perspectiva do fotógrafo, onde cada tipo de *selfie* efetiva um tipo diferente de relação intersubjetiva, no qual a

perspectiva do fotógrafo está aberta para negociação” (Zhao & Zappavigna, 2017, p. 10).

O *nude*, termo também originário do inglês e que significa *nu*, se refere a um tipo e a um uso específico de produção e compartilhamento de imagens visuais digitais, normalmente identificado por ser um autorretrato com algum grau de nudez, compartilhado em plataformas sociais. Comumente considerado um tipo de *selfie*, sendo inclusive chamado de “*sexy selfie*”, o *nude* também compreende uma expressividade historicamente localizada, congregando práticas fotográficas e midiáticas do autorretrato que, seguindo a orientação de Tifentale e Manovich (2015), se enquadram na categoria de uma “fotografia em rede viabilizada por *softwares* e criada por usuários”. Mas, diferentemente dessas, o *nude* não aparece em nossos *feeds*, e sua veiculação não é autorizada em várias plataformas sociais digitais⁸. Esse característico compartilhamen-

to no âmbito da “caixa de entrada”⁹ torna extremamente difíceis os estudos acerca de suas dinâmicas, usos e características. Contribui para a complexidade dos estudos do *nude* a historicidade signífica que recai sobre a imagem do corpo nu e, especialmente, a estigmatização da nudez feminina. Os *nudes* parecem transitar de forma polêmica entre esses âmbitos. A disponibilidade pública dos *nudes* na internet se localiza muitas vezes em páginas de conteúdo pornográfico e/ou de “vazamentos”¹⁰, de tal forma que, mesmo quando publicizado, o *nude* remete a algo do privado: diz respeito ao NSFW¹¹, ao particular, ao proibido. A nudez, portanto, proporciona uma complexidade específica a esse tipo de autorretrato vernacular digital, da qual não escapam as questões de gênero, tensionando aspectos particularmente interessantes

para o entendimento de algumas de suas dinâmicas comunicacionais e possíveis usos em textos transpassados por discursos feministas digitais. É importante pontuar que, com este artigo, não objetivamos afirmar ou não a eficácia dos *nudes*, se é que isso é possível, para demandas políticas de movimentos ou orientações feministas. Antes, buscamos mapear como se dá o uso do autorretrato no feminino em associação a essas demandas.

Imagens visuais online e corpos femininos

A marginalização digital por clivagem de gênero é uma das iniquidades mais amplificadas pela disseminação das tecnologias digitais, de acordo Antonio e Tuffley, (2014). Especialmente em países em desenvolvimento¹², onde outras

⁸ O Facebook e o Instagram, por exemplo, apresentam termos de uso que explicitamente proíbem a circulação de conteúdos com nudez ou pornografia.

⁹ Ou “*inbox*”, termo usado para designar o ambiente de recebimento de mensagens particulares em diversas plataformas sociais digitais, incluindo o *e-mail*.

¹⁰ O termo “vazamento”, de uso vernacular, designa o compartilhamento não autorizado de conteúdo particular.

¹¹ Sigla em inglês para Non-Safe For Work, “inseguro para o trabalho”, que conota conteúdos sexualmente explícitos.

¹² “Estima-se que as mulheres constituam 25% ou menos dos utilizadores de Internet na África, 22% na Ásia, 38% na América Latina e apenas 6% no Médio Oriente. Menos de 10% dos usuários de Internet na Guiné e no Djibuti são mulheres, menos de 20% no Nepal e menos de 25% na Índia. Apenas 20% dos utilizadores da Internet na Grécia são mulheres e pouco mais de 25% em Portugal.” (Antonio & Tuffley, 2014).

desigualdades também afetam mais as mulheres, a exclusão na educação tecnológica e no *design*, constrangimentos institucionais e financeiros, assim como variáveis socioculturais (como o menor tempo livre devido à superexploração nas atividades e responsabilidades domésticas e o favorecimento de um controle masculino das tecnologias) despontam, segundo Antonio e Tuffley (2014) como fatores centrais para uma marginalização generificada do uso da tecnologia. Segundo Neeely (2012), feministas vêm historicamente protestando contra a invisibilidade das mulheres em relação a novas tecnologias (ver também, por exemplo, Harcourt (1999), Hocks (1999) e Sullivan (1997)). Se as desigualdades se fazem presentes no acesso e no uso das tecnologias digitais de comunicação, elas parecem ressoar também no âmbito das representações visuais digitais, que deixam ver vidas e corpos femininos nas textualidades *online* que circulam cotidianamente nos conteúdos mais diversos, do entretenimento à publicidade. Nesse lugar, a prática do autorretrato compartilhado em rede, viabilizado por plataformas sociais,

têm um papel importante na gestão de visualidades contemporâneas ao permitir que grupos marginalizados possam, à sua maneira, realizar uma distribuição mais autônoma de narrativas de si.

Por exemplo, o uso de autorretratos digitais nus tem tido centralidade em algumas manifestações de tensões políticas relacionadas à nudez, ao pornográfico e ao corpo feminino nesse âmbito. A *hashtag* #FreeTheNipple (ou como foi utilizada no Brasil, #MamiloLivre), nesse contexto, foi usada em 2012 para protestar contra as políticas de censura do Facebook e Instagram, que baniram fotografias de mães amamentando. Ela atuou na repercussão de uma crítica ampla ao que foi considerado uma censura abusiva ou ato de discriminação por parte das plataformas (Sibilia, 2015), junto com várias autorretratos das usuárias em que os mamilos ou a representação dos mesmos aparecia. O mamilo feminino, proibido em grande parte das plataformas por pertencer ao que se define, segundo seus critérios, como conteúdo adulto ou pornográfico, figura descoberto nos *nudes* associados à que, na ocasião,

formaram¹³ textos provocativos referentes ao evento, repercutindo uma resistência ao que seria, como propõe Sibilia (2015), uma pornificação contemporânea do olhar sobre o corpo. A *hashtag* “#fatspo” também é um exemplo forte no uso de *selfies* e *nudes*, no Tumblr. Redução de “*fat inspiration*” (“inspiração gorda”) e em ressonância com discursos feministas que celebram o “*body positivity*” e os diferentes tipos de corpos, ela se contrapõe à “#thinspo” (“*thin inspiration*”, ou, “inspiração magra”), utilizada em contextos de exaltação ao corpo magro e da anorexia nas redes do Tumblr. Outro exemplo é o *blog* Fat People of Colour, alimentado com retratos e autorretratos de mulheres negras e gordas e assim criando um espaço comunitário para seu compartilhamento e visualização que, segundo Williams (2017), pode impactar positivamente na imagem corporal e na autoestima das participantes e interlocutoras do conteúdo. Como ressalta Williams (2017), as imagens que circulam nessa esfera

¹³ Atualmente, a *hashtag* já é usada de maneira não necessariamente vinculada a esse evento.

divergem muito daquelas encontradas na mídia corporativa *offline*, na qual esses corpos são largamente sub-representados.

Artistas, influenciadores digitais e diversas usuárias também têm usado o autorretrato como forma de dar a ver corpos que mostram pelos, sangue, flacidez, gordura, estrias e outras marcas corporais que desafiam uma estética normativa da feminilidade (Bordo, 1995; Sibilia, 2014) e contrastam com as peles lisas¹⁴ de modelos tradicionais. Molly Soda, Hannah Hill, Molly Matalon e Prue Stent são alguns exemplos de pessoas que se identificam com uma geração que já foi apelidada de *Tumblr feminists*¹⁵. No cenário latino-americano, mulheres como Aleta Valente, Laysa Moretti, Priscila Fernandes e Fani Sosa são artistas, acadêmicas e/ou personas com perfis nas plataformas digitais que realizam uma divulgação análoga em seus *feeds*. Os conteúdos que produzem e compartilham têm em

comum a centralidade do corpo e sua exposição explícita, deliberada e sexualmente irônica. Em grande parte, essas imagens são *selfies* ou *nudes*. As narrativas em que estes corpos se inserem, em ambientes casuais, tendem a se mostrar como fotografias domésticas e espontâneas apesar de posadas: no quarto, no banheiro, no quintal, comendo algo em um restaurante, de noite na rua. Tais eixos temáticos e a centralidade do corpo presentes nesse material fotográfico são uma manifestação espontânea e tópica de algumas mulheres com recursos, em geral, amadores. Para além do conteúdo de suas criações visuais, destacamos a tônica presente em tais trabalhos artísticos: realizações da mulher com a câmera e sua nudez corporal auto-exposta como centro dos efeitos políticos de textos verbovisuais digitais.

O nude como forma de enunciação

A gestualidade típica do *selfie* se dá como apresentação de si para a câmera, e se pronuncia como elemento central da composição de sua *mise-en-scène*, ativada, portanto, pela

presença do corpo. Nesse sentido é que Frosh justifica um caráter essencialmente corporificado do *selfie*, que “visivelmente integra imagens *still* em um circuito tecnocultural de energia corporal” (Frosh, 2015, p. 1608), agregando os “corpos dos indivíduos, sua mobilidade pelos espaços físico e informacional, e os micromovimentos corporais de mão e olhos que eles usam para operar as interfaces digitais” (Frosh, 2015, p. 1608).

A indicialidade da fotografia *selfie* se refere tanto à imagem representada quanto ao gesto do fotógrafo e, portanto, se dirige tanto à criação de uma referência semântica quanto à ação em favor de uma atuação comunicacional. Frosh argumenta, nesse sentido, que a indicialidade importa para esse gênero fotográfico tanto como rastro quanto como *déixis*¹⁶: o índice como rastro,

14 Paula Sibilia (2014) já discute a centralidade da textura da pele (lisa) como elemento de certa normatização estética feminina.

15 Definição muitas vezes pejorativa, conforme lê-se no Urban Dictionary (“Tumblr feminism”, n.d.).

16 Conforme define o dicionário Houaiss (2009): “*déixis* \cs\ LING característica da linguagem humana que consiste em fazer um enunciado, referir-se a uma situação definida, real ou imaginária, que pode ser: a) quanto aos participantes do ato de enunciação (1.ª pessoa – o que fala; 2.ª pessoa – aquele a quem se dirige a fala; 3.ª pessoa – todo assunto da comunicação, que não sejam a 1.ª e a 2.ª pessoas); b) quanto ao momento do enunciado (*déixis* temporal); c) quanto ao lugar onde ocorre a ação, o estado

análogo à pegada (relativo ao resultado visível do contato da luz no material fotossensível) se refere à qualidade da representação que ele expõe; já o índice como *dêixis* funciona de maneira análoga aos elementos dêiticos da linguagem (tais como “isso”, “aquilo”, “aqui”, “agora”), apontando e localizando sujeitos e objetos na imagem visual. Essa reflexão é particularmente interessante por articular conceitos aptos para pensar na dinâmica das disposições corporais do *selfie*, nos jogos possíveis entre observadores e observados e agentes e objetos da representação que possam estar em jogo ali.

No caso desse gênero fotográfico, no qual o produtor e o referente coincidem, a qualidade indexical dêitica se realiza não apenas por um “veja isso, aqui, agora”, mas também por um movimento que indica “veja eu me mostrando para você, aqui, agora”¹⁷

ou o processo (dêixis espacial) [Além da dêixis linguística, existe a não linguística, feita com gestos, mímicas, expressões faciais, ruídos etc.] f. não pref.: dêixis ETIM gr. deik-sis, defkse, ‘citação, demonstração, prova, exposição’.

17 No texto original, a expressão usada é “see me showing you me” (Frosh, 2015, p. 1610).

(Frosh, 2015, p. 1610), deflagrando um caráter eminentemente performático na raiz de sua ação comunicativa (Frosh, 2015)¹⁸. Para Abril (2007), a performatividade textual se relaciona com a realização de ações mediadas por palavras ou visualidades, diretamente relacionada ao conceito de mirada: “Mais uma vez, o olhar aparece como um problema fundamental de texto visual, uma vez que concerne ao que é feito com/para representar (...) no ato de produzir-enunciar ou ler imagens” (Abril, 2007, p. 195). Por esse ponto de vista, os *selfies* encaminham um tipo de *reflexividade pessoal*, lugar de onde se pode ver o “*self* promulgando a si mesmo”¹⁹ (Frosh,

18 Como Pires e Werner (2007) apontam, na linguagem os dêiticos possuem uma função eminentemente comunicativa: “os dêiticos só existem porque um indivíduo no mundo assume-os e o faz pela necessidade que tem de comunicar-se com outros membros de sua comunidade social. Ao tomar essas formas da língua, o sujeito dá-lhes vida, conquistando, simultaneamente, a possibilidade de interação com o outro e a sua realização enquanto sujeito desse mundo, uma vez que ele próprio testemunha sua existência ao proferir EU para um TU” (Pires & Werner, 2007, p. 146).

19 O texto original nos parece mais expressivo: “They show a self enacting itself” (Frosh, 2015, p. 1621).

2015, p. 1621), ao mesmo tempo em que é autorreferencial enquanto imagem. Os braços, por exemplo, muitas vezes presentes visualmente nos *selfies* e *nudes*, ou a exposição da câmera direcionada à imagem de si mesmo no espelho, são indícios dessa execução corporal que, implícita ou explicitamente, indicam o lugar, o instante, o método e a partir de quem ocorre sua inscrição pictórica. Dessa forma, temos que os corpos são mediadores (possibilitadores da produção da imagem) ao mesmo tempo em que são mediados (participam da representação visual enquanto signos visíveis). O *selfie* poderia ser considerado, nesse sentido, como um *gesto de mediação* (Frosh, 2015), uma *inscrição sensorial* ou uma auto-performatividade enunciativa (Abril, 2007) do próprio corpo através de meios tecnológicos.

Suas potencialidades também se relacionam com as materialidades do autorretrato digital viabilizado por câmeras portáteis. Com o uso do *smartphone*, sua câmera frontal e sua tela, o mesmo corpo que se inscreve na representação visual mira a si mesmo na tela do aparelho celular, e parece se engajar naquilo que Comolli define

como uma reelaboração da pulsão escópica como “consciência do próprio olhar” (Comolli, 2008, p. 83): “quando meu olhar volta para mim, eu me torno objeto. Essa volta do olhar para si mesmo me coloca em cena” (Comolli, 2008, p. 83). Ou, torno-me imagem: faço do meu corpo signo, que se materializa agora em outra duração e em outra espacialidade. Esses vetores do olhar presentes nos “imaginários”, como nota Barthes (1984, p. 27) a respeito dos retratos fotográficos, são ligeiramente alterados no *selfie*, que opera em outra diagramação da relação entre “corpo fotografado” – “câmera” – “fotógrafo”: o terceiro e o primeiro coincidem, e a câmera se encontra apoiada neste, que lhe serve como um verdadeiro suporte e, por isso, compele a pose e o enquadramento às suas próprias limitações²⁰. Em meio a esse campo de forças, parece surgir a potência política do *selfie* e do *nude*. Eles se inserem “(...) na cena

dialógica do discurso, onde sempre comparecem o outro e o seu desejo, este ‘corpo em obras’ é um corpo deslizando, expressão de uma ‘identidade’ intercambiante, ou o vir a ser de um sujeito vivo” (Cabral, 2002, p. 243). Através da auto-inscrição, da elaboração consciente de si como imagem, se apresenta um corpo que é também desejante e vivo, e que põe-se em evidência na elaboração visual de um “eu, aqui, agora” que se torna signo sob sua jurisdição, tendo no fotógrafo e no sujeito fotografado, coincidentes, sua “palavra final”.

Alguns autores (Burns, 2015; Frosh, 2015; Senft & Baym, 2015) já alertaram para o fato de que é fácil enquadrar o *selfie* em uma dimensão *voyeurística* ou puramente exibicionista. As acusações de narcisismo extremo ou até de patologias (Senft & Baym, 2015) são comuns no discurso público e acadêmico a respeito de sua prática. Burns (2015) estuda, por exemplo, o discurso popular a respeito dos *selfies* e encontra um criticismo repetitivo que se estende ao fotógrafo, em uma depreciação que reforça hierarquias e manifesta preconceitos em críticas morais especialmente

dirigidas às mulheres jovens (Burns, 2015, p. 1716; Zhao & Zappavigna, 2017). É importante notar, também, que vários exemplos de reivindicações políticas no campo dos direitos da mulher se deram através da presença vigorosa do corpo e da nudez — desde protestos públicos até representações artísticas. A *body art* e a performance dos anos 1970, assim como alguns exemplos da fotografia e da videoperformance²¹ figuram como momentos produtivos no surgimento de diferentes visualidades do corpo feminino, que, não coincidentemente, receberam críticas de fundo moral análogo (Lippard *apud* Jones, 1998, p. 175).

**Considerações finais:
o *selfie* como possível
ferramenta para criação de
visualidades não normativas
para os corpos das mulheres**

Embora haja indícios que surgiram, para o estudo do *selfie*, um

20 Limitações que, por vezes, são modificadas graças ao uso combinado de outros objetos que alteram a distância de enquadramento, tais quais o “pau-de-selfie” e o espelho. Frosh (2015) demonstra pictorialmente essa relação entre corpo e foto através de exemplos práticos de *selfies*.

21 Alguns exemplos mais conhecidos pelas críticas desse viés envolvem alguns famosos trabalhos desenvolvidos pelas artistas Carolee Schneeman, Marina Abramovic, Yoko Ono, Cindy Sherman e Hanna Wilke.

encaminhamento pelo viés do narcisismo, em se tratando de uma prática de autorrepresentação rotinizada, tal perspectiva pode implicar um reducionismo desnecessário, tendendo a obstruir algumas reflexões sobre seus potenciais e frequentemente assumindo acepções genericadas acerca do comportamento de mulheres em relação à sua autoimagem (Burns, 2015; Frosh, 2015; Senft & Baym, 2015; Zhao & Zappavigna, 2017). Por isso, convém uma bibliografia teórica que se desvie dessa abordagem como caminho único.

Senft e Baym (2015) advertem, precisamente, que tanto tomar os *selfies* como essencialmente egocêntricos quanto como completamente empoderadores²² — ambos os aspectos bastante explorados na bibliografia específica (Losh, 2014 p. 2) — seria incorrer em uma postura analiticamente negligente e falaciosa. Os autores afirmam que, por um lado, parece relativamente simples imaginar, por exemplo, que pessoas que postem fotos de seus corpos fora

do padrão se sintam bem ao receber um retorno positivo de outras pessoas, transformando, então, suas fotografias em potenciais centros para a formação de textos políticos anti-misóginos, antirracistas, anti-homofóbicos, etc. Por outro lado, parece igualmente fácil conceber os *selfies* como participantes na reprodução de aspectos hegemônicos e disciplinares (Baym & Senft, 2015), com a difusão de padrões corporais, classistas, racistas e sexistas (Zhao & Zappavigna, 2017) em, por exemplo, fotografias de algumas celebridades, ou em episódios de “linchamento digital”, *doxxing*²³ ou *stalking*²⁴ de usuários por retratos compartilhados que tenham sido considerados de algum modo repulsivos ou ofensivos aos padrões. Não parece possível, portanto, abordar o *selfie* a partir de qualquer generalização. Falar das potencialidades de seu gesto fotográfico não implica, nesse sentido, afirmar uma qualidade essencial desse tipo de fotografia, que pode participar de processos de significação imersos

nas mais diversas tramas textuais. Por isso, a proposta de leitura que apresentamos aqui não quer dar a entender que todo *selfie* potencialize um ato político. Antes, entendemos que ele guarda como característica central do seu modo de fazer a apresentação de uma indicialidade fotográfica que indica uma posição enunciativa que supera o narcisismo (“eu me mostro para você”) e excede uma produção visual necessariamente vinculada a um *male gaze* (“eu me mostro para você, homem”), propondo uma outra situação do sujeito que emerge em imagem, que condensamos na proposição enunciativa de: “você me vê eu me mostrando para você”. Nesse sentido, observamos uma inscrição visual simultaneamente do desejo e do consentimento, na medida em que me mostro como quero: controlo o aparato tecnológico que produz minha autoimagem, seja a tela do *smartphone* em conjunto com a câmera frontal, o espelho ou meu corpo, produzindo um autorretrato no qual se tornam visíveis as evidências dessas táticas de aparição. Visíveis pois o enquadramento, a angulação e o corpo frequentemente dão a ver o gesto que comanda essa

22 Termo traduzido do original em inglês “empowering”.

23 Descobrir e distribuir dados pessoais de indivíduos ou organizações com intenção de prejudicá-los.

24 Perseguição *online*.

inscrição, seja a da câmera voltada para si mesma ou da câmera voltada para a imagem de si mesma no espelho.

Buscamos, assim, argumentar pelo reconhecimento do *selfie* e do *nude* como práticas contemporâneas relevantes do autorretrato, que articulam na autoinscrição de indivíduos a criação de uma visualidade de si que pode pleitear uma posição engajada, notavelmente, a partir de sua potência enunciativa que permite a emergência de corporeidades não normativas ou subversivas quando de seu compartilhamento em plataformas sociais digitais. Eles o fazem servindo-se de sua potência enunciativa que gera o testemunho em forma de indicialidade visual de um “este sou eu, aqui, agora, da maneira como quero ser visto”. Normalmente associados a alguma rede textual de apoio, que pode ser composta por outras fotografias e frases de suporte que sustentam seus processos de significação – tais autorretratos já são usados como recursos táticos para questões de gênero, especialmente àquelas relacionadas ao questionamento de normas morais, tácitas ou não, que incidem sob

a exposição sexualizada do corpo no feminino. Dessa maneira, se tornam participantes textuais que viabilizam sua relevância através da exposição pessoal como mediadora de processos de significação de enunciados políticos.

REFERÊNCIAS

- Abril, G. (2007). *Análisis crítico de textos visuales: mirar lo que nos mira*. Madrid: Editorial Síntesis. [eBook].
- Abril, G. (2010). Cultura visual y espacio público-político. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 15, 21-36.
- Abril, G. (2013). *Cultura visual: de la semiótica a lo político*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Alexa (n.d.). How are Alexa's traffic rankings determined? [Artigo institucional de plataforma online]. Retirado de: <https://support.alexacom/hc/en-us/articles/200449744-How-are-Alexa-s-traffic-rankings-determined>, a 24 de maio de 2017.
- Antonio, A. & Tuffley, D. (2014). The gender digital divide in developing countries. *Future Internet*, 6, 673-687.
- Araújo, C., Meira Júnior, W. & Almeida, V. (2016). Identifying stereotypes in the online perception of physical attractiveness. *Computer Research Repository*. Retirado de: <https://arxiv.org/abs/1608.02499>
- Árdevol, E. & Gómez-Cruz, E. (2012). Cuerpo privado, imagen pública: el autorretrato en la práctica de la fotografía digital. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 67(1), 181-208.
- Barbón, J. & Souza, M. (2015). :(Vazou. *Folha de São Paulo*, 5 de outubro. Retirado de: <http://arte.folha.uol.com.br/tec/2015/manda-nudes/vazou.html>.
- Barthes, R. (1984). *A câmara clara: notas sobre fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Bordo, S. (1995). *Unbearable weight: feminism, Western culture, and the body*. London: University of California Press.
- Burns, A. (2015). Self(ie)-discipline: social regulation as enacted through the discussion of photographic practice. *International Journal of Communication*, 9, 1716-1733.

- Cabral, J. (2002). Sacrifício digital: 5 aforismos sobre o corpo no espaço tecnológico. In B. Lyra & W. Garcia (Eds.), *Corpo e imagem* (pp. 241-252). São Paulo: Arte & Ciência.
- Comolli, J. (2008). *Ver e poder. A inocência perdida: cinema, televisão, ficção, documentário*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- Correio Braziliense* (2015). Quase metade dos usuários da internet já mandou nudes, diz pesquisa. *Correio Braziliense*, 17 de dezembro. Retirado de: http://www.correio-braziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2015/12/17/interna_tecnologia,510979/manda-nudes-pesquisa-consulta-jovens-de-16-a-30-anos-para-saber-opini.shtml.
- Declercq, M. (2015). Se uma mulher empoderada incomoda muita gente, imagina uma gangue cheia delas? *Vice*, 16 de junho. Retirado de: https://www.vice.com/pt_br/article/vv4xgx/a-bucepower-gang-a-nova-geracao-de-feminismo-no-tumblr.
- Eckert, S. & Steiner, L. (2016). Feminist uses of social media: Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest and Instagram. In A. Novak & I. El-Burki (eds.) *Defining Identity and the Changing Scope of Culture in the Digital Age* (pp. 210-227). Hershey: IGI Global.
- Facebook (n.d.). Padrões da comunidade [Artigo institucional de plataforma online]. Retirado de: <https://www.facebook.com/communitystandards#>, a 11 de novembro de 2016.
- Foucault, M. (1984). Of other spaces, heterotopias. *Architecture, Mouvement, Continuité*, 5, 46-49.
- Frosh, P. (2015). The gestural image: the selfie, photography theory, and kinesthetic sociability. *International Journal of Communication*, 9, 1607-1628.
- Garcia, A. (2015). Bucepower Gang agita a internet postando fotos de anônimas sem roupa. *iG São Paulo*, 26 de junho. Retirado de: <http://delas.ig.com.br/comportamento/2015-06-26/bucepower-gang-agita-a-internet-postando-fotos-de-anonimas-sem-roupa.html>.
- González, L. (2015). Manda nudes? “Sempre usei selfie como protesto”, diz rapper paulista. *Marie Claire*, 30 de outubro. Retirado de: <http://revistamarieclaire.globo.com/Comportamento/noticia/2015/10/manda-nudes-a-deptos-e-especialistas-debatem-pros-e-contras-da-pratica-de-enviar-fotos-sensuais.html>.
- Gunthert, A. (2015). The consecration of the selfie: a cultural history. *Études Photographiques*, 32, 1-21.
- Hall, J. (2014). *The self portrait: a cultural history*. London: Thames & Hudson.
- Harcourt, W. (1999). *Women@Internet: creating new cultures in cyberspace*. New York: Zed Books/St. Martin's Press.
- Hocks, M. (1999). Feminist interventions in electronic environments. *Computers and Composition*, 16, 177-183.
- Houaiss, A. (2009). *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Jones, A. (1998). *Body art: performing the subject*. London: University of Minnesota Press.
- Kay, M., Matuszek, C. & Munson, S. (2015). Unequal representation and gender stereotypes in image search results for occupations. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM.

- Leal, B., Carvalho, C. & Alzamora, G. (Eds.). (2017). *Textualidades mediáticas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Lenhart, A., Ybarra, M. & Price-Feeney, M. (2016). *Non-consensual image sharing: one in 25 americans has been a victim of "revenge porn"* (Data & Society Research Institute and Center for Innovative Public Health Research data memo). Retirado de: https://datasociety.net/pubs/oh/Nonconsensual_Image_Sharing_2016.pdf.
- Lins, B. (2015). A Internet não gosta de mulheres?: Gênero, sexualidade e violência nos debates sobre "pornografia de vingança". Comunicação apresentada na V Reunião Equatorial de Antropologia/ XIV Reunião de Antropólogos do Norte e Nordeste. Retirado de: http://eventos.livera.com.br/trabalho/98-1020264_20_06_2015_19-38-29_3450.PDF.
- List of pornographic subgenres. (n.d.). In *Wikipedia* [Verbete de enciclopédia colaborativa online]. Retirado de: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_pornographic_subgenres, a 24 de maio de 2017.
- Losh, E. (2014). Beyond biometrics: Feminist media theory looks at selfiecity. *Selfiecity.net*. Retirado de: http://d25rsf93iwlmggu.cloudfront.net/downloads/Liz_Losh_Beyond-Biometrics.pdf.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Mendonça, M. (2012). Construções da imagem feminina na propaganda: para além do efeito persuasivo. *Comunicação e Sociedade*, 21, 19-38.
- Menezes, D. (2012). Imagens de mulheres: representações do envelhecimento feminino nos media brasileiro. *Comunicação e Sociedade*, 21, 67-78.
- Miller-Young, M. (2005). Sexy and smart: black women and the politics of self-authorship in netporn. In K. Jacobs; M. Janssen & M. Pasquinelli (Eds.), *C'lick me: a netporn studies reader* (pp. 205-216). Amsterdam: Institute of Network Cultures. Retirado de: http://www.networkcultures.org/_uploads/24.pdf.
- Neely, S. (2012). Making bodies visible: post-feminism and the pornographication of online identities. In D. Gunkel & T. Gournelos (eds.) *Transgression 2.0: media, culture and the politics of the digital age*. New York: Continuum.
- Noble, S. (2012). Missed connections: what search engines say about women. *Bitch*, 54, 37-41. Retirado de: https://www.academia.edu/1975319/Missed_Connections_What_Search_Engines_Say_About_Women.
- Noble, S. (2013). Google search: hyper-visibility as a means of rendering black women and girls invisible. *Visible Culture*, 19. Retirado de: <http://ivc.lib.rochester.edu/google-search-hyper-visibility-as-a-means-of-rendering-black-women-and-girls-invisible/>.
- Peraica, A. (2017). *Culture of the selfie: self-representation in contemporary visual culture*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Pires, V. & Werner, K. (2007). A dêixis na teoria da enunciação de Benveniste. *Letras - Revista do Programa de Pós-graduação em Letras da UFSM*, 33, 145-160. doi: 10.5902/2176148511926.
- Prada, M. (2010). La condición digital de la imagen. In *Catálogo Premios de Arte Digital Universidad de*

- Extremadura* (pp. 42–53). Extremadura: Lúmen_ex.
- Ramos, J. (2013). *A sexualidade como campo de batalha na internet: grupos religiosos e movimentos feminista e LGBT na luta em torno dos direitos sexuais*. Comunicação apresentada no XXXVII Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (ANPOCS), Águas de Lindóia. Retirado de: <http://www.anpocs.com/index.php/papers-37-encontro/st/st27/8576-a-sexualidade-como-campo-de-batalha-as-lutas-travadas-no-ciberespaco-entre-grupos-religiosos-e-movimentos-feminista-e-lgbt/file>.
- Rettberg, J. (2014). *Seeing ourselves through technology: how we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves*. New York: Palgrave Macmillan.
- Saltz, J. (2014). At arms length: a history of the selfie. *Vulture*, 26 de janeiro. Retirado de: <http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>.
- Selfie. (n.d.). In *Oxford living dictionaries* [Verbete de dicionário online]. Retirado de: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/selfie>, a 10 de novembro de 2016.
- Senft, T. & Baym, N. (2015). What does the selfie say? Investigating a global phenomenon. *International Journal of Communication*, 9, 1588-1606.
- Setenta, J. (2008). *O fazer-dizer do corpo: dança e performatividade*. Salvador: Editora da UFBA.
- Sibilia, P. (2014). A politização da nudez: entre a eficácia reivindicativa e a obscenidade real. In I. Sampaio, M. Malcher & S. Lopes (eds.) *Anais do XXIII Encontro Anual da Compós – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação* (pp. 1-17). Belém: Compós. Retirado de: http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT06_COMUNICACAO_E_SOCIABILIDADE/paulasibilia-compos2014-novo_2185.pdf.
- Sibilia, P. (2015). La “pornificación” de la mirada: una genealogía del pecho desnudo. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 10(1), 35-63.
- Sullivan, L. (1997). Cyberbabes: (self-) representation of women and the virtual male gaze. *Computers and Composition*, 14, 189-204.
- Tifentale, A. & Manovich, L. (2015). Selfiecity: exploring photography and self-fashioning in social media. In D. Berry & M. Dieter (eds.) *Postdigital aesthetics: Art, Computation and Design* (pp. 109-122). London: Palgrave Mcmillan.
- Tziallas, E. (2015). Gamified eroticism: gay male “social networking” applications and self-pornography. *Sexuality & Culture*, 19(4), 759-775. Retirado de: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12119-015-9288-z>.
- Tumblr (2017). Community guidelines [Artigo institucional de plataforma online]. Retirado de: <https://www.tumblr.com/policy/en/community>, a 19 de junho de 2017.
- Tumblr feminism [Def. 1; 2]. (n.d.). In *Urban dictionary* [Verbete de dicionário colaborativo online]. Retirado de: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Tumblr%20Feminism>, a 10 de novembro de 2016.
- Tuna, S. & Freitas, E. (2012). Gendered adverts: an analysis of female and male images in contemporary perfume ads. *Comunicação e Sociedade*, 21, 95-108. doi:

[http://dx.doi.org/10.17231/com-soc.21\(2012\).702](http://dx.doi.org/10.17231/com-soc.21(2012).702).

- Turner, G. (2010). *Ordinary people and the media*. London: SAGE Publications.
- Vergari, F. (2015). Mulheres mandam *nudes* para discutir a sexualização feminina - #BucepowerGang. *Testosterona*, 8 de julho. Retirado de: <http://www.testosterona.blog.br/mundo-macho/mulheres-mandam-nudes-para-discutir-a-sexualizacao-feminina-bucepowergang>.
- Virilio, P. (1998). *Estética de la desaparición*. Barcelona: Anagrama.
- Williams, A. (2017). Fat People of Color: Emergent Intersectional Discourse Online. *Social Sciences*, 6(1), 15. doi: 10.3390/socsci6010015.
- Zhao, S. & Zappavigna, M. (2017). Beyond the self: intersubjectivity and the social semiotic interpretation of the selfie. *New Media and Society*, 0, 1-20.

Corpo, mídia e sexo no século XXI:

da pornotopia para a atopia sexual

Body, media and sex in 21st century: from pornotopy to sexual atopy

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_11

Resumo

Este artigo analisa a relação entre corpo, mídia e sexo no século XXI. Traçando um breve panorama da relação entre tecnologias comunicativas e práticas sexuais, observaremos como os usos de diferentes mídias conformaram determinadas formas de se relacionar com o corpo nu e com o sexo. Se a pornografia consumida nos meios de comunicação de massa (revista, cinema, VHS, etc.) constituiu aquilo que Preciado (2010) intitulou “pornotopia”, concluirei, a partir da análise de três casos paradigmáticos escolhidos por mim, que os dispositivos digitais (webcam, smartphone, gadget, etc.) têm constituído uma espécie de “atopia sexual”, propiciando o surgimento de novas formas de sentir ao desconectar a sexualidade dos imperativos espaciais, temporais e, até mesmo, corporais.

Palavras-chave: corpo; mídia; sexo; tecnologia digital; sexualidade; pornografia.

Abstract

This article aims to analyze the interrelation between body, media and sex in the 21st century. Drawing a brief panorama on the link between communicative technologies and sex practices, we will look at how the use of different media conformed some certain ways to relate with the naked body and sex. If the pornography consumed by mass communication media (magazine, movies, VHS etc) constituted that which Preciado (2010) entitled “pornotopy”, I will conclude from the analysis of three paradigmatic cases I chose that digital devices (webcam, smartphone, gadgets etc.) have been constituting some type of “sexual atopy”, prompting the urge of new ways of feeling by disconnecting sexuality from its spatial, temporal and even body imperatives.

Keywords: body; media; sex; digital technology; sexuality; pornography.

Introdução

É inegável a crescente participação das tecnologias digitais em nossas práticas amorosas e sexuais: quantos encontros deixariam de acontecer se os computadores e smartphones fossem eliminados do nosso cotidiano? Neste sentido, mais do que “veículos de conteúdos”, as novas mídias e as tecnologias digitais estão operando como arquiteturas informativas com as quais podemos interagir a partir de qualquer localização geográfica, desde que conectados à Internet. Como consequência disso, a utilização massiva das tecnologias digitais e da comunicação em rede, para além de facilitar encontros e inaugurar novos hábitos de relacionamento, está instaurando novas sensibilidades eróticas ao desvencilhar o sexo dos imperativos espaciais, temporais e, inclusive, corporais que se impuseram até então sobre nossas práticas sexuais.

Como pensar o sexo e a sexualidade num contexto em que, graças às redes digitais, podemos nos conectar com diferentes pessoas e objetos para ver, ouvir, tocar e sentir seus corpos por meio das imagens, sons e impulsos elétricos advindos de um outro local geográfica

e temporalmente distante? Parece ter sido a pornografia quem começou a conjugar corpo, mídia e sexo em nossa época moderna, transformando a literatura, a gravura, a fotografia e o vídeo em potenciais parceiros sexuais, uma vez que, conforme os diversos interditos no campo da sexualidade se arregimentavam pelo ocidente, as mídias se dispunham a abrigar e disseminar as representações do sexo e suas perversões expiadas pelo discurso religioso, jurídico, médico ou pedagógico.

Junto com os bordeis, as gravuras obscenas, a literatura libertina e as fotografias eróticas operavam como lugares (*topos*) autorizados para a transgressão dos interditos sexuais: dentro dos quartos dos prostíbulos, entre as linhas do livro e pelas superfícies das imagens, suspendiam-se temporariamente os costumes e leis que regulavam as práticas sexuais até a metade do século XX. Com sua massificação realizada pela fotografia, pela revista, pelo cinema e pelo VHS, a pornografia parece ter constituído, conforme veremos com Preciado (2010), uma “pornotopia”, isto é, um *lugar* no qual estava autorizado o

acesso, o consumo e o exercício temporário da sexualidade.

Na nossa atualidade, entretanto, as tecnologias digitais estão dissolvendo essas pornotopias para nos fazerem vivenciar uma espécie de “atopia sexual” que prescindir de um local físico (como o bordel) ou midiático (como a revista ou o VHS) para a prática sexual, bem como, por vezes, da própria representação do corpo humano. Analisando três casos paradigmáticos da nossa época, mostrarei que a popularização do smartphone e da conectividade móvel tornou possível iniciarmos, em qualquer lugar e a qualquer momento, práticas sexuais com centenas de pessoas por meio de (1) *live shows* em *webcam chat sites*, organizar orgias com nossos vizinhos por meio dos (2) *hookup dating apps* e até mesmo acariciar, chupar ou penetrar as anatomias digitais dos *avatars* na (3) *Pornografia em modelagem 3D*.

Assim, nas páginas a seguir refletiremos brevemente sobre a constituição dessas pornotopias para, posteriormente, considerar a “atopia sexual” que caracteriza nossa época e apresentar a hipótese de que as tecnologias digitais estão transformando

nossa experiência sexual ao fomentar uma sexualidade que não se inicia nem se destina somente ao corpo, mas que incorpora imagens, eletricidade e dispositivos enquanto partícipes das nossas atuais práticas sexuais.

A constituição da pornotopia

Representações do corpo nu, interagindo ou não com seus genitais, não é uma exclusividade dos últimos séculos. Como sabemos, diferentes povos já em épocas longínquas produziam desenhos, pinturas, esculturas, gravuras e literatura em torno do sexo¹. Ou seja, conteúdos sexuais representados em diferentes suportes não surgiram nos últimos séculos, mas acompanham o ser humano desde o desenvolvimento da linguagem.

Da mesma forma, a palavra “pornografia” também não é nova. Provém da união das palavras gregas *porne*

(prostituta) e *graphein* (escrever), as quais, unidas, formam a palavra *pronographos*, isto é, “escritos sobre prostitutas”. Embora outrora a palavra se referisse à “descrição da vida, dos costumes e dos hábitos das prostitutas e de seus clientes” (Moraes & Lapeiz, 1984, p. 109), no início do século XIX ela passou a qualificar aqueles livros (na sua maioria, romances) e gravuras de cunho libertário e transgressor quanto às restrições morais (e, algumas vezes, jurídicas) em torno do sexo (Hunt, 1999, p. 14).

Com a invenção da fotografia (e o conseqüente desenvolvimento do cinema), surge um novo suporte para a exposição do nu e do sexo, fazendo mutar ainda mais o significado daquilo que é pornográfico – vide os livros considerados pornográficos no século XIX mas que agora figuram entre os clássicos da literatura². Por fim, o acesso massivo à pornografia visual possibilitado pelo surgimento do VHS e, em seguida, pelas tecnologias digitais, facilitou radicalmente o consumo de representações do

corpo nu, transformando, mais uma vez, nossa forma de se relacionar com assuntos relacionados ao sexo. Assim, a definição e a qualidade do que é pornográfico varia de época para época, de região para região e até de pessoa para pessoa, uma vez que ela resulta da confluência de diferentes fatores culturais, iconográficos e morais.

Avaliando a história da pornografia na literatura (Goumelot, 2000), nas gravuras (Néret, 2015), nas fotografias (Kempe, 2015), no cinema (Gerace, 2015) e no vídeo (Abreu, 2012), percebemos que cada mídia trazia consigo uma forma, um espaço e uma temporalidade específica para se relacionar com as representações da nudez e do sexo. Contudo, se a pornografia fora utilizada inicialmente pelos libertinos do século XVIII para desmoralizar a aristocracia já em decadência, bem como o poder do Estado e da Igreja, hoje ela já se tornou um produto doméstico inofensivo³. É sob este contexto que se conformará aquilo que,

1 Lembremos da pequena escultura doravante intitulada “Vênus de Willendorf”; da peça “Lisístrata”, de Aristófanes; das paredes de Pompeia repletas de desenhos, frases e pinturas sobre sexo; da figura de Prápo com seu incomensurável pênis ereto e do não menos conhecido livro Kama Sutra.

2 Por exemplo, *As flores do mal*, de Baudelaire, e *Madame Bovary*, de Flaubert, ambos publicados em 1857.

3 Em oposição a essa condição doméstica inofensiva da pornografia no século XXI, temos o *pornoterrorismo* de Diana J. Torres (2011) e o chamado *pós-pornô* analisado na obra organizada por Stüttgen (2009).

a partir de Preciado (2010), chamaremos de “pornotopia”⁴: a imagem pornográfica, enquanto vértice que une (ou separa?) o espaço público do espaço privado, sobrevirá sempre como um elemento capaz de perturbar a organização delineada pelas cidades modernas (Dufour, 2013), expondo suas contradições sociais e urbanísticas no trato do corpo e da sexualidade. Enquanto uma forma de “transgressão organizada”, a imagem obscena foi paulatinamente confinada no espaço privado, íntimo ou doméstico⁵, estabelecendo uma forma e um

topos específicos de consumo visual da pornografia, isto é, um consumo recluso, discreto e, preferencialmente, individual. É assim que, em meados do século XIX, as imagens do corpo nu e do sexo serão desligadas do fluxo cultural, artístico, político e filosófico dos quais anteriormente participavam para serem consumidas numa única dimensão instrumental já sinalizada desde o século XVII: provocar a excitação sexual no seu consumidor.

Foi sob este cenário paradoxal de repressão-liberalização que o exército norte-americano nomeou de “material de apoio estratégico às tropas” a produção de fotografias pornográficas realizadas e distribuídas pela própria instituição para os soldados estadunidenses da I e da II Guerra Mundial, mesmo sob as severas leis antiobscenidade vigentes nos EUA desde 1712. O que percebemos desta e outras situações paradoxais é o fato de que, a partir do século XVIII, a pornografia pôde continuar a existir ilegalmente, mesmo sob “contextos

antipornográficos”, desde que utilizada para a masturbação masculina individual em algum ambiente privado (Preciado, 2010, p. 25).

A pornografia, para alcançar a proporção de onipresença com que se desenvolve nos dias de hoje, teve que operar sobre o complexo poder-sexo-capital que se espacializava de diversas formas pelo território urbano. O bordel do século XIX, por exemplo, funcionou como um lugar de suspensão temporária dos interditos da sexualidade, no qual as leis e costumes vigentes ficavam do lado de fora do perímetro designado por suas paredes. “Heterotopias” é o nome que Foucault deu para estes “contra-espços” que têm como “regra justapor em um lugar real vários espaços que, normalmente, seriam ou deveriam ser incompatíveis” (Foucault, 2013, p. 24). Surgiam, assim, heterotopias que fraturavam temporariamente as formas tradicionais de espacialização do poder, alterando as formas de habitar a cidade e de se relacionar com a sexualidade.

Sob esta perspectiva, Preciado analisa como a arquitetura foi a principal aliada para o rápido sucesso da

4 O termo *pornotopia* foi criado e empregado pelo pesquisador e crítico literário norte-americano Steven Marcus em sua obra *The other victorian: a study of sexuality and pornography in mid-nineteenth-century England*, de 1974, para “designar a fantasia utópica implícita na pornografia” (Hunt, 1999, pp. 40-41). Em seguida, outros autores se apropriaram do termo para dar-lhe novos significados. Este é o caso de Preciado que, apesar de não mencionar de onde provém tal termo, utilizou-o para designar a relação espaço-sexual corroborada pela pornografia. Novamente, o termo será aqui explorado, reapropriado e, mais uma vez, ressignificado para compor com o argumento deste artigo.

5 A distinção entre *espaço público* e *espaço privado* (e suas derivações como *social*, *urbano*, *íntimo* e *doméstico*) foi bem historicizada, analisada e complexificada por outros autores. Para evitar divagações conceituais

que nos desviassem do argumento central aqui desenvolvido, recomenda-se a leitura da obra Arendt (2007) e da coleção Veyne (1990).

famosa revista *Playboy*⁶, pois, conjugando matérias sobre mobiliário, música, carro e outros assuntos relativos ao consumo tipicamente norte-americano do pós-guerra, fomentava a “criação de um novo espaço radicalmente oposto ao hábitat da família nuclear americana” (Preciado, 2010, p. 35, tradução nossa). Ao reunir “em um mesmo meio as práticas da leitura de textos e imagens e a masturbação, fazendo que o desejo sexual se estendesse indiscriminadamente desde o jazz até os painéis de fórmica das mesas de escritório anunciadas em suas páginas” (Preciado, 2010, p. 28, tradução nossa), a *Playboy* construía um novo tipo de consumidor masculino urbano, distinto do marido trabalhador promovido pelo discurso governamental norte-americano dos anos 1950. Se o espaço privado/intimo/doméstico estava reservado às mulheres até o começo do século XX, as duas grandes guerras mundiais forçaram uma alteração destes papéis, lançando a mulher

para o mercado de trabalho (espaço público). Com o fim das duas guerras, os soldados combatentes retornavam inabilitados para o trabalho, encontrando um espaço privado não mais dividido pelas relações sexo-espaciais; cobrando-lhes, assim, novas posições na sociedade. Ou seja, o ambiente doméstico, até então destinado à fruição e manutenção feminina, necessitava agora de uma apropriação masculina. Ainda segundo Preciado, a revista *Playboy*,

(...) através de diversos meios audiovisuais, havia perseguido um objetivo fundamentalmente político e arquitetônico (apenas secundariamente midiático e em nenhum caso pornográfico): desencadear um movimento pela liberação sexual masculina, dotar o homem americano de uma consciência política do direito masculino a um espaço doméstico e, em última análise, construir um espaço autônomo não regido pelas leis sexuais e morais do matrimônio heterossexual. E tudo isso, reivindica Hefner, muito antes do despertar do feminismo e

dos movimentos de liberação sexual. Frente ao “império do lar familiar heterossexual” dos anos cinquenta, topos central do sonho americano, *Playboy* havia lutado pela construção de uma utopia paralela: “o império do solteiro na cidade” (Preciado, 2010, p. 33, tradução nossa).

Se numa análise superficial a *Playboy* parece ter contribuído em alguma medida para a “emancipação” do corpo da mulher, Preciado nos mostra que, ao contrário, a *Playboy* promoveu antes uma “emancipação” da masculinidade do homem solteiro heterossexual ao incentivá-lo a habitar e decorar os apartamentos para solteiros que começavam a proliferar nos anos 1960 – daí a importância das mulheres nuas numa revista que, sem tais fotografias, seria facilmente comparável às revistas femininas de consumo já em grande circulação na época. Assim, a *Playboy* estava criando a pornografia moderna:

(...) não pelo uso de uma fotografia de um humano despido – algo recorrente nas publicações ilegais

6 Idealizada e dirigida por Hugh Hefner, a revista *Playboy* foi lançada nos EUA em 1953, tornando-se, em apenas seis anos, a revista mais distribuída no país e alcançando uma média de seis milhões de leitores já em 1959.

de revistas *Nudies* da época –, mas pelo uso da diagramação e das cores e pela transformação da imagem em *desplegable* que fazia da revista uma técnica portátil de “apoio estratégico” – para usar a expressão do exército americano – para a masturbação masculina. (...) Aqui a noção de pornografia não pretende emitir um juízo moral ou estético, senão simplesmente identificar novas práticas de consumo da imagem suscitadas pelas novas técnicas de produção e distribuição e, ao mesmo tempo, codificar um conjunto de relações inéditas entre imagem, prazer, publicidade, privacidade e produção de subjetividade. O que era pornográfico na *Playboy* não era a utilização de certas fotografias consideradas obscenas pelas instâncias governamentais de censura e vigilância do decoro, mas o modo que fazia irromper na esfera pública aquilo que até então havia sido considerado privado. O pornograficamente moderno era a transformação de Marilyn [Monroe] em informação visual mecanicamente reproduzível capaz de

suscitar afetos corporais (Preciado, 2010: 26-27, tradução nossa).

Mas, em todo esse processo de utilização instrumental e compulsória da pornografia no século XX, há algo muito novo para a história do corpo e que é pouco analisado. O motivo de sua rápida difusão e o que a faz ser realmente obscena não é o fato de exibir corpos nus, cenas de sexo explícito ou atitudes imorais; tampouco o fato de consumirmos tais imagens em lugares considerados inapropriados para tanto, como no local de trabalho ou no transporte público. O que é de fato *ob-sceno* (algo que deveria estar fora de cena, mas que é colocado à frente da mesma) na pornografia é sua capacidade de colocar o sexo fora do seu lugar supostamente original, ou seja, com a pornografia, o sexo é transportado do meio das sensações do corpo para o campo das mídias, do informativo, do inorgânico. Portanto, a pornografia é *ob-scena* por superar o discurso vitalista do desejo e do erotismo, trasladando nossa sexualidade para lugares outros que o da pele e desconectando-a das variações hormonais que ritmavam a excitação – daí

seu sucesso. Ao conciliar corpo, mídia e sexo, a pornografia fez surgir *novas formas de sentir* (Perniola, 1993), superando a temporalidade orgânica que encerrava o sexo tradicional.

Eis, enfim, a pornotopia que dimensionou nossos hábitos sexuais no século XX, aquela que, conjugando corpo, mídia e sexo, constituiu-se na forma majoritária de consumo de imagens (estáticas ou em movimento) do corpo nu e do sexo. Funcionando instrumentalmente para excitar o corpo (sobretudo) masculino, suas poucas décadas de produção e circulação estabeleceram uma maneira específica de consumo visual, selecionando o espaço privado e individual como local exclusivo da masturbação compulsória e fundando uma nova dimensão da sexualidade desconectada das flutuações hormonais que ritmaram até então as práticas sexuais “tradicionais”.

Da pornotopia para a atopia sexual: três casos paradigmáticos

As tecnologias comunicativas sempre foram parceiras da sexualidade, seja resguardando e divulgando

representações do sexo, seja, hoje, agenciando inúmeros encontros ou possibilitando o chamado “sexo virtual”. De um modo ou de outro, as tecnologias comunicativas e suas mídias descentraram sensações do corpo para seu exterior, colocando o sexo e o prazer fora do seu local supostamente original. Em suma, estamos transando diariamente e cada vez mais num lugar muito mais estranho que aqueles figurados na pornografia e inimaginável para as décadas anteriores: estamos transando *na* Internet.

Considerando que cada mídia traz consigo uma forma específica de consumo e socialidade, a pornografia consumida nas redes digitais (Patterson, 2004) também traz consigo novas formas de relacionamento com a imagem: diferentemente das mídias de massa com seu caráter unilateral e monológico, as novas mídias e seus dispositivos de conexão móvel (*laptop, smartphone, tablet*) convocam a interação direta e constante de seus usuários. As redes digitais, portanto, mais do que cumprirem a função de “mídias digitais” – isto é, veículos de informações digitalizadas – estão operando enquanto *arquiteturas*

informativas cujos conteúdos são produzidos, consumidos e compartilhados pelos próprios usuários, rompendo com a dicotomia emissor-receptor que caracterizou a forma de recepção das mídias de massa e aprimorando a característica interativa sinalizada desde o início da comunicação digital.

A união da banda larga com os *smartphones* fez surgir a conectividade móvel, permitindo a digitalização instantânea de quaisquer conteúdos, simultaneamente enquanto outros usuários passaram a poder interagir com estes mesmos conteúdos no instante em que eram digitalizados. Essa condição de simultaneidade e instantaneidade instaurada pela Internet móvel fez mutar sua antiga condição de “ambiente digital” (acessível somente por meio dos pesados *desktops*), para “ambiências digitais” que, por meio dos dispositivos com conexão móvel, tornaram-se espacialidades informativas metaterritoriais. Isto é, uma a-topia “não como um ‘não-lugar’, mas como uma *localidade ‘on demand’*, plural e tecno-subjetiva” (Di Felice, 2009, p. 229).

A palavra grega a-topos é composta pelo prefixo a, que no início da palavra anula o significado do termo que o segue, e pela palavra topos que significa “espaço”, “lugar”. Portanto, a tradução literal remeteria a um significado de perda e de ausência de espaço e de território. Existem, todavia, outras possibilidades de tradução que apontam para significados “oximórosos”, como “lugar estranho”, “fora de lugar”, “lugar anormal”, “lugar atípico”, “indizível” (Di Felice, 2009, p. 228).

Daí o fato de vivenciarmos uma passagem da pornotopia para uma “atopia sexual” que, intensificando o processo anterior, desconecta a prática sexual dos imperativos espaciais, temporais e, por vezes, corporais. Neste sentido, a pornografia, que sempre acompanhou o desenvolvimento das tecnologias comunicativas para delas se reapropriar numa dimensão sexual, não deixaria de usufruir dos recursos interativos das redes digitais. Nossa atualidade possui centenas de recursos e dispositivos que tiveram suas funções originárias pervertidas para

serem reapropriadas sexualmente, como o telefone que, além de um comunicador a distância, transformou-se também em aparelho de telesexo; ou, como exemplo mais famoso, a própria Internet, que de rede de comunicação militar, está se transformando na principal provedora de pornografia e práticas sexuais digitais: apenas um dos sites pornográficos mais acessados do mundo, o www.pornhub.com, teve mais de dois bilhões de acessos mensais no ano de 2017⁷.

Se somarmos o tráfego de dados de todos os sites pornográficos, estes superam com facilidade o tráfego de sites como *Netflix*, *Twitter* e *Amazon*, ficando atrás apenas dos gigantes *Facebook*, *Google* e *YouTube*. Com a quantidade de acessos aumentando a cada ano, não é exagerado estimar que em pouco tempo a Internet poderá ser utilizada primeiramente para produção e consumo de conteúdos sexuais, superando o tráfego de dados

movidos pela educação, economia ou jornalismo.

Interpretar, portanto, as incontáveis conexões, sites e aplicativos destinados a práticas sexuais como “substitutos” de um sexo tradicional seria equivocado, pelo simples fato de que tais empreendimentos não vêm para suprir a ausência de sexo, mas para suplementar o que se entende por sexualidade. Do mesmo modo, grande parte do conteúdo sexual que circula nas redes digitais não é pornográfico, também pelo simples fato de que essas exibições ao vivo, vídeos e fotografias sexuais não cumprem o papel que a pornografia se deu nos séculos passados, tampouco possuem a forma e a temporalidade do produto vendido pelas grandes produtoras de pornografia (estaríamos defronte o fim da era pornô?⁸).

8 Um dos sintomas do ocaso da pornografia se deu em 2015, ano em que a revista *Playboy* estadunidense anunciou que, interrompendo suas publicações por alguns meses, retornaria com uma novidade ímpar: a partir de 2016 a *Playboy* deixaria de publicar ensaios de mulheres nuas. O motivo, obviamente, foi a competição assimétrica entre a pornografia impressa e a pornografia nas redes digitais. Se o VHS já impactou diretamente sobre suas vendas nos anos 1980 (sobretudo pelo fato de trazer consigo

Para além dessas evidências, as práticas sexuais em ambiências digitais deflagram a superação da iconoclastia⁹ que qualificou nossa relação com as imagens no ocidente, uma vez que não operam mais enquanto representação, pois não possuem original e cópia. O ânus exibido na *webcam* para outras 750 pessoas não é mais a representação de um corpo distante que assim se apresenta pela impossibilidade de se locomover até o lugar onde o corpo do espectador se encontra; mas, isto sim, a presentificação dessa anatomia informativa na atopia que as redes digitais constituem.

um mercado que inovava constantemente suas narrativas, extrapolando a repetitiva exposição de mulheres famosas nuas em ambientes “classudos”), a possibilidade de acesso gratuito a incontáveis vídeos e em diversas situações por meio da Internet terminaria substituindo, cedo ou tarde, a função de provedora de imagens obscenas que outrora a *Playboy* assumiu.

9 “O ponto de vista da iconoclastia religiosa (...) é afirmado com toda a energia pela ala extremista da Reforma protestante na primeira metade do século XVI, para a qual Deus, o original, o espírito, é absolutamente diferente e outro em relação à imagem, à figura, ao mundo. A preocupação fundamental dos iconoclastas é a preservação da pureza do conceito de Deus e do ser; ela implica a recusa de toda representação sensível, imediatamente qualificada como ídolo” (Perniola, 2000, p. 129).

7 A própria empresa *Pornhub* produz uma análise anual bastante extensa sobre o perfil dos seus usuários. Disponível em <https://www.pornhub.com/insights/2017-year-in-review>, acessado em 05/05/2018.

Estamos adentrando um momento bastante novo para a sexualidade, pois as práticas sexuais em ambiências digitais estão superando a dialética nudez-veste (Agamben, 2015) que até então foi o motor da excitação. Não se trata mais de transgredir regras ou invadir corpos, mas alisar superfícies luminosas e adimensionais.

Na realidade, a erótica dos nossos dias se encaminha para perspectivas muito mais novas e inquietantes do que o strip-tease ou o teatro erótico, isto é, o nu eletrônico realizado pela computação gráfica (...). A computação gráfica parece poder construir a imagem absolutamente realista de um corpo que na realidade não existe. À diferença da fotografia, que remete a um modelo real, ela prescinde por completo da existência de um original. O nu realizado eletronicamente não tem mais nada a ver com o corpo: ele levou ao extremo, de modo positivo, a pulsão do despir da Reforma e do Maneirismo. Em tese, nada impede a realização eletrônica de imagens perfeitamente realistas

de nus de madeira, de ferro ou de vidro. Assim, despe-se o corpo até mesmo da aparência da carne. A subversão no mundo das formas vem acompanhada por uma produção potencialmente ilimitada de imagens (Perniola, M. 2000, p. 123).

Enfim, para corroborar o argumento de que as práticas sexuais realizadas por milhões ou bilhões de pessoas nas ambiências digitais estão constituindo uma atopia sexual que desloca o prazer e o sexo dos seus lugares tradicionais, fomentando, assim, novas sensibilidades eróticas, vale analisarmos brevemente o funcionamento de três casos paradigmáticos.

Webcam chat sites: uma das práticas sexuais em ambiências digitais mais conhecidas se dá pela exibição do próprio corpo ao vivo em *webcams* conectadas aos *chatting sites*. Realizada inicialmente por meio de *softwares* como *ICQ*, *MSN* e *Skype*, consistia em se masturbar em frente à *webcam* para um parceiro online adicionado à própria lista de contatos. Com o desenvolvimento de servidores de *video streaming*, o qual permite visualizar

vídeos online sem a necessidade de *download* do próprio conteúdo ou de um software para abri-lo, surgiram diversos sites em que é possível assistir a e se exibir para parceiros ao vivo e, simultaneamente, prescindindo de qualquer solicitação de contato para que sua *webcam* seja ativada. Dentre os mais conhecidos, www.omegle.com, www.randomchat.com e www.chatroulette.com, é possível se exibir e visualizar pessoas do mundo inteiro em tempo real, pois sua imagem é o primeiro elemento a ser exibido (bastando um clique para trocar de parceiro), invertendo a ordem dos *chats* que se utilizavam do *nickname* e da conversa escrita como primeira forma de aproximação. Interessante notar que todos esses exemplos não fazem qualquer menção à prática sexual (no máximo apresentam simples *slogans* como “talk to strangers”), mas, ainda assim, sua utilização principal se dá na dimensão sexual com a exibição e manipulação dos próprios genitais e outras partes do corpo solicitadas pelos parceiros online. Outro site de mecanismo semelhante é o www.cam4.com, cujo diferencial está na possibilidade de se exibir para múltiplos

parceiros e ainda receber gorjetas (*tokens*) dos usuários cadastrados que geralmente atingem a casa de centenas ou milhares de espectadores.

As *webcams*, nestes casos, fazem das residências de seus usuários verdadeiros estúdios temporários de produção massiva de conteúdo sexual. Assim, a prática conhecida como “sexo virtual” (a) rompe com a frontalidade da pornografia ao permitir a interação em tempo real com aquele que se exhibe; (b) supera a lógica da timidez com que majoritariamente se consome a pornografia no espaço fechado ao exibir o interior do próprio corpo e também da própria residência, juntamente com o rosto e geralmente disponibilizando uma gravação dessa transmissão *streaming* em outros sites para que outras pessoas possam assisti-la futuramente; (c) fratura o domínio da indústria pornográfica no provimento de imagens obscenas ao disponibilizar, gratuitamente, vídeos com “estéticas caseiras”, as quais têm sido preferidas por muitos usuários às grandes produções com celebridades em espaços elitizados; (d) amplia a visibilidade de corpos que não se encaixam no padrão pornográfico e (e) transforma aquela

masturbação solitária da revista ou do vídeo pornográfico numa prática sexual coletiva que envolve centenas de pessoas, interfaces, eletricidade e dispositivos para a produção do prazer. Assim, as *webcams* (dos computadores, *tablets* e *smartphones*) são um dos recursos responsáveis por impulsionar a constituição de atopias sexuais nas ambiências digitais, isto é, são elas que permitem a exibição e visualização de corpos nus a qualquer momento e independentemente do local e distância em que se encontram.

Hookup dating apps: a conectividade móvel aprimorou o serviço ao qual se prestavam sites de relacionamento ao permitir que usuários de aplicativos de encontro como *Tinder*, *Grindr* e *Brenda* passassem a detectar a distância que separa um *smartphone* do outro, incorporando a proximidade geográfica como um elemento decisivo para a consumação ou não do encontro. Mas, inovando para além da possibilidade de geolocalização, *Blued*, lançado em 2012 pela empresa chinesa *Danlan*, traz um diferencial em relação aos outros aplicativos da mesma categoria: enquanto aqueles solicitam fotografias e outras informações como

estatura, peso, preferência sexual, raça, tipo físico etc., na tentativa de descrever ao máximo o corpo do parceiro com quem se está conversando, *Blued* oferece a opção de ativar a câmera do *smartphone* para um *live show* aberto a qualquer usuário conectado.

Poucos anos atrás, dizer que alguém encontrou seu parceiro amoroso ou sexual (haveria mesmo essa distinção?) em aplicativos como os acima citados seria motivo de constrangimento. Hoje, entretanto, em poucos anos de difusão, tal prática quase não é mais capaz de suscitar alarde. Deste modo, imperceptivelmente, os diversos *hookup dating apps* e sites (como o www.fuckbook.com ou www.sexlog.com) estão transformando diretamente nossa noção de intimidade e privacidade ao publicizar nossos corpos e identidades em contextos explicitamente voltados para o encontro sexual. Radicalizando este processo de tornar público o exercício da sexualidade e a exposição do próprio corpo, o aplicativo *Blued* permite a realização dos *live shows* a partir do próprio *smartphone* que, em movimento, permite que o usuário exiba quaisquer partes do seu próprio corpo e

em qualquer lugar, estacionado ou em trânsito, mesmo com todas suas contas das redes sociais disponíveis para consulta no seu próprio perfil *Blued*; ou seja, novamente, as práticas sexuais em ambiências digitais deflagram o fim da lógica confinada operante no consumo da pornografia impressa e em vídeo. Assim, os *Hookup dating apps* também contribuem para a instauração de atopias sexuais, pois, além de nos conectar com pessoas próximas e disponíveis para sexo, superam a dialética nudez-veste, uma vez que, na sua quase totalidade, os casais e grupos se encontram apenas após intensas trocas de fotografias e vídeos do próprio corpo nu ou se masturbando, destituindo a importância que a nudez possuía no ato sexual tradicional.

Pornografia em modelagem 3D: há uma produção bastante vasta de vídeos realizados sem a captação de imagens de corpos humanos em fricção. No site pornográfico mais acessado do mundo, o www.xvideos.com, é possível encontrar mais de 200.000 resultados para a categoria “3D porn” com longa duração. Tal qual os exemplos anteriores, os *softwares* de modelagem 3D também foram rapidamente

reapropriados sexualmente, mas dessa vez superando o imperativo da forma humana para o êxito da prática sexual: são compostos informativos que tomam a forma de monstros, animais, alienígenas e outros seres desconhecidos se relacionando sexualmente sem se preocuparem em disfarçar a artificialidade da qual provêm – pelo contrário, muitas vezes, reforçando-a.

Apesar deste exemplo ainda carregar a classificação de “pornografia”, assim o é somente pelo fato de exibir uma animação com organização próxima dos vídeos pornográficos (seja na temporalidade, seja na narrativa), mesmo não mobilizando nenhum corpo humano (senão aqueles seres digitais modelados pelo *software* 3D). Se os interditos sexuais imperam sobre os vídeos pornográficos, nestas animações em 3D não se levantam debates acerca, por exemplo, da zoofilia, para o caso das várias narrativas que envolvem lobos, ou de “monstrofilia”, para o caso das inúmeras animações com monstros de diversas ordens, revelando, de maneira derradeira, que aquilo que buscamos crescentemente na Internet não se interessa mais pela representação do corpo e do sexo

humano como fonte de excitação. Com este exemplo fica explícito aquilo que se anunciava já nos casos anteriores: com as redes digitais, a pornografia está perdendo a centralidade que ocupou nas mídias de massa para dar vazão a novas práticas sexuais de sensações “pós-corporais”, isto é, sensações que não se iniciam ou não se encerram estritamente no corpo humano. Conforme concluiu Preciado (2014, p. 207): “Eu ainda não vi nada, mas sei que o prazer não vem do corpo, seja masculino ou feminino, e sim da encarnação próstética, da interface, ali onde o natural e o artificial se tocam”. Deste modo, também a pornografia em modelagem 3D contribui para o surgimento de atopias sexuais ao desconectar definitivamente a excitação do espectador dos referenciais ao corpo humano, erotizando superfícies e formas outras não-humanas.

Com estes exemplos, depreendemos que, direta ou indiretamente, nossas atuais práticas sexuais são inextricáveis do desenvolvimento das mídias e das tecnologias comunicativas digitais. O consumo globalizado de material pornográfico disparado pela *Playboy* e seguido

pelas “indústrias pornográficas” parece ter contribuído para a diluição da moralidade que designou os espaços onde o obsceno podia ser consumido; contudo, a pornografia, para funcionar enquanto tal, ainda devia ser consumida como uma forma de transgressão para que atualizasse o interdito sobre o qual incidia (o exercício da sexualidade e a exposição da nudez em público) para a produção do prazer. Como corolário dessa popularização dos dispositivos de produção e compartilhamento de imagens do próprio corpo, estamos adentrando uma nova era cultural, engendrada pela comunicação e pelas tecnologias digitais, na qual a lógica vigente na “era pornô” se mostra inoperante ou, no mínimo, insuficiente para a compreensão da sexualidade.

A constituição das atopias sexuais implica, portanto, o apagamento dessa *pornotopia* instituída pela pornografia do século XX em seu duplo sentido: (1) o consumo do obsceno se emancipa das narrativas das grandes empresas produtoras de pornografia com o surgimento da tecnologia digital, pois são seus potenciais consumidores que passam a produzir o próprio conteúdo

que irão compartilhar com os demais integrantes de diversas redes (aplicativos, sites, *chats*) e (2) o espaço doméstico, privado, individual, solitário, fechado e isolado enquanto *topos* seguro (senão exclusivo) de produção e consumo da pornografia (e também do sexo em si) deixa de fazer sentido, pois, novamente, as tecnologias e a comunicação digitais penetram e transformam qualquer espaço (cozinha, ônibus, hospitais, submarinos, escolas, florestas, escritórios etc.) no local apropriado para a realização de práticas sexuais coletivas, permitindo a exibição e manipulação dos próprios genitais para vários parceiros online e interagentes que habitam as mesmas ambiências digitais.

Conclusão

Se a pornografia esteve diretamente relacionada ao desenvolvimento e popularização das diversas mídias, hoje, justamente pelo fato de nos encontrarmos numa época pós-midiática, ela está se tornando anacrônica, servindo mais àqueles que com ela cresceram, pois, enquanto a pornografia funcionou como

representação do sexo, as práticas sexuais em ambiências digitais são o próprio gesto sexual e não mais sua representação. A masturbação que é realizada em frente às *webcams* com centenas de espectadores interagentes não é a mesma que aquela realizada pelo homem acanhado no banheiro folheando revistas ou vasculhando VHSes. A pornografia é um produto para ser consumido, já as práticas sexuais em ambiências digitais são situações resultadas das interações reticulares entre os humanos, os dispositivos e a estabilidade da conexão de Internet. Sutilmente, de ávidos consumidores, tornamo-nos agora parte integrante do complexo que supúnhamos apenas observar. Ou, numa frase, de *voyeurs* estamos todos nos tornando *touchers*.

Tudo isso, vale dizer, sem a geração de lucro para aqueles que se exibem ao vivo, compartilham e fazem o *upload* do próprio material obsceno (entretanto, sem dúvida, aumentando a possibilidade de lucro dos servidores que estimulam e acolhem a produção de tais materiais por meio do intrincado processo de geração de renda via publicidade). E se o fazemos

crescentemente, mesmo sob o risco de retaliação social (como o *revenge porn*) por conta da exposição da nossa própria identidade e daquilo que um dia chamaram “intimidade”, é pelo motivo de haver nessa prática uma nova forma de sentir, possível de experienciá-la sob essa confluência específica de corpos, dispositivos, imagens e eletricidade nos contextos digitais.

Portanto, as práticas sexuais em ambiências digitais se vestem de uma sensibilidade necessariamente multidimensional, extrapolando a individualidade com que consumimos a pornografia (e outros tantos produtos) até então, fazendo surgir um sentir (e talvez uma ética) multitudinária, resultante da interação reticular entre o corpo e anatomias outras que até então pareciam não participar da sexualidade, como a superfície das telas, a textura dos *gadgets* vestíveis, as cores das imagens, o desenho das linhas, o pulso elétrico, o som do clique do *mouse*, o intervalo dos *feedbacks*, a velocidade da fibra ótica etc. Em outras palavras, um “sentir em

redes”¹⁰ que não se inicia e tampouco se esgota na unidade do corpo de um sujeito, mas que sobrevém justamente da congregação inusitada de seres, dispositivos e objetos que, no instante da prática sexual, têm suas peles, sensores e superfícies transformados em fluxos (porções adimensionais de matéria) para habitarem e transarem nesses lugares estranhos (*a-topias* sexuais) instaurados pelas ambiências digitais.

REFERÊNCIAS

- Abreu, N. (2012). *O olhar pornô: a representação do obsceno no cinema e no vídeo*. São Paulo: Ed. Alameda.
- Agamben, G. (2015). *Nudez* (D. P. Carneiro, Trad.). Belo Horizonte: Ed. Autêntica.
- Arendt, H. (2007). *A condição humana*, trad. de R. Raposo. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Di Felice, M. (2009). *Paisagens pós-urbanas: O fim da experiência urbana e as formas comunicativas do habitar*. São Paulo: Editora Annablume.
- Dufour, D. (2013). *A cidade perversa: liberalismo e pornografia*, trad. de C. Marques. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Foucault, M. (2013). *O corpo utópico, as heterotopias*, trad. de S. T. Muchail. São Paulo: N-1 Edições.
- Gerace, R. (2015). *Cinema explícito: representações cinematográficas do sexo*. São Paulo: Ed. Perspectiva e Edições Sesc São Paulo.
- Goumelot, J. (2000). *Esses livros que se lêem com uma só mão: leitura e leitores de livros pornográficos no século XVIII*, trad. de M. A. Corrêa. São Paulo: Discurso editorial.
- Hunt, L. (Ed.). (1999). *A invenção da pornografia: Obscenidade e as origens da modernidade*, trad. de C. Szlak. São Paulo: Editora Hedra.
- Kempe, J. (2015). *1000 nudes: a history of erotic photography from 1839-1939*. Köln: Taschen.

¹⁰ O termo “sentir em redes” foi cunhado dentro da linha de pesquisa *Aoristos* do Centro Internacional de Pesquisa *Atopos* da ECA-USP (Brasil). Cf. <http://www.atopos.com.br/linhas-de-pesquisa/aoristos/>. Aprofundi essa temática sob a noção de “corporalidades reticulares”, desenvolvida no meu livro PATZDORF (2018).

- Moraes, E., & Lapeiz, S. (1984). *O que é pornografia?* São Paulo: Círculo do Livro.
- Néret, G. (2015). *Erotica universalis*. Köln: Taschen.
- Patterson, Z. (2004). *Going on-Line: Consuming Pornography in the Digital Era*. In Williams, L. (ed.) *Porn studies* (pp. 104-125). Durham: Duke University Press.
- Patzdorf, D. (2018). *Sobre aquilo que um dia chamaram corpo: Corporalidade nas ambiências digitais*. Belo Horizonte: Editora Letramento.
- Perniola, M. (1993). *Do sentir*, trad. de A. Guerreiro. Lisboa: Editorial Presença.
- Perniola, M. (2000). *Pensando o ritual: Sexualidade, morte, mundo*, trad. de M. R. Toschi. São Paulo: Studio Nobel.
- Perniola, M. (2005). *O sex appeal do inorgânico*, trad. de N. Moulin. São Paulo: Studio Nobel.
- Preciado, P. B. (2010). *Pornotopia: Arquitetura y sexualidade em Playboy durante la guerra fria*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Preciado, P. B. (2014). *Manifesto contrassexual: Práticas subversivas de identidade sexual*, trad. de M. P. G. Ribeiro. São Paulo: N-1 Edições.
- Preciado, P. B. (2018). *Testo Junkie: sexo, drogas e biopolítica na era farmacopornográfica*, trad. de M. P. G. Ribeiro. São Paulo: n-1 Edições.
- Stüttgen, T. (ed.) (2009). *Post/Porn/Politics: queer feminist perspective on the politics of porn performance and sex work as culture production*. Berlin: B-books.
- Torres, D. (2011). *Pornoterrorismo*. Madrid: TXALAPARTA.
- Veyne, P. (ed.) (1990). *História da vida privada*, trad. de H. Feist. São Paulo: Companhia das letras.

Letícia Alves Lins

UFMG

letsins@gmail.com

ORCID: 0000-0003-2459-3181

Publicidade e gênero no Brasil:

experiência e formação de públicos nas redes sociais digitais

Advertising and gender in Brazil: experience and constitution of publics in digital social networks

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_12

Resumo

A proposta do artigo é discutir a interação entre publicidade e sujeito/as¹ sociais nas redes *on-line*². Para isso analisa-se dois casos brasileiros da cervejaria Skol. Um ocorrido no carnaval de 2015 e o outro no Dia Internacional das Mulheres de 2017. Ambos selecionados por terem acionado temáticas de gênero. A perspectiva teórica que nos alicerça é o pragmatismo de John Dewey e uma abordagem relacional da comunicação. Partimos da hipótese de que há uma relação potente entre publicidade, experiência e formação de públicos. Reveladora de temáticas e valores que tangenciam nossa sociedade contemporânea.

Palavras-chave: publicidade; gênero; redes sociais *on-line*; experiência; públicos.

Abstract

The purpose of this paper is to discuss the interaction between advertising and subjects in social networks. For this, are analyzed two different Brazilian campaigns. One occurred in the carnival of 2015 and the other in the International Women's Day of 2017. Both selected for having triggered gender issues. The theoretical perspective that underlies us is John Dewey's pragmatism and a relational approach to communication. We start from the hypothesis that there is a potent relationship between advertising, experience and constitution of publics. Revealing the themes and values that touch our contemporary society.

Keywords: advertising; gender; social networks; experience; publics.

- 1 O percurso acadêmico da autora é marcado por uma trajetória de estudos que priorizam a temática de gênero. Por isso optamos por indicar os artigos “a” e “o” toda vez que estivermos nos referindo a palavras que comportem ou que façam menção a ambos os gêneros. Acreditamos que o uso do gênero masculino, embora correto gramaticalmente, contribui com uma prática discursiva de reforço da invisibilidade das mulheres. Essa escolha tem como objetivo demarcar um lugar acadêmico e político.
- 2 Martino (2015) pontua o problema da divergência de nomenclaturas para se tratar de redes sociais na internet. “Redes sociais online”, “Redes sociais digitais”, “Redes sociais conectadas”, “Mídias sociais”, etc. Discutir cada um desses conceitos não é nossa intenção neste artigo. Sendo assim, usaremos as expressões como equivalentes apenas para evitar repetição.

Introdução

O presente artigo analisa a interação entre publicidade e sujeito/as sociais nas redes digitais. A publicidade é um importante sistema cultural e simbólico responsável por acionar valores, representações e organizar sentidos (Correa, 2011). Na contemporaneidade, esta instituição tem passado por transformações profundas principalmente devido ao desenvolvimento tecnológico e à popularização das redes digitais. Um dos principais aspectos em mutação diz respeito à relação entre a publicidade e as pessoas. As redes sociais trazem a possibilidade do/as usuário/as se comunicarem horizontalmente com os anunciantes e se posicionarem a respeito das temáticas sugeridas pelas marcas. Nesse sentido, nosso foco no artigo é a análise de campanhas publicitárias que acionaram temáticas de gênero e promoveram experiências diferenciadas no/as internautas. Nos interessa analisar o modo como essa relação se deu. As experiências que a publicidade evocou no/as interagentes. Como esse/as reagiram e se organizaram em públicos. Nossa hipótese é de que existe uma relação potente entre

publicidade, experiência e formação de públicos.

A matriz teórica que nos alicerça na análise é a perspectiva relacional de comunicação. A qual entende a

(...) comunicação como um processo de globalidade, em que sujeitos *interlocutores*, inseridos em uma dada *situação*, e através da *linguagem*, produzem e estabelecem sentidos, conformando uma relação e posicionando-se dentro dela (França, 2016, p. 158 – grifo nosso).

Sendo assim, a metodologia para análise empírica estruturou-se da seguinte forma: primeiramente propõe-se uma discussão sobre as questões que assolam a publicidade contemporânea e brasileira, no que tange as questões de gênero, com vista a apreender a *situação* em que o processo de comunicação se dá. Posteriormente parte-se para a análise das estratégias publicitárias da marca e para a leitura dos comentários do/as internautas à respeito dessas ações, buscando apreender os valores e sentidos construídos na interação (*linguagem/interlocutores*). Na

primeira campanha a ser analisada a seleção dos comentários respeitou a temporalidade, num total de 382 comentários, selecionamos as falas das cinco primeiras horas após a postagem, momento de efervescência da discussão¹. Na segunda campanha foi feita a análise de 450 comentários de um total de 22.450. A análise restringiu-se à fala das pessoas e à resposta direta da cervejaria. Optamos por não abrir respostas intermediárias no diálogo para não perdemos a integridade da conversa.² Essa proposta metodológica visou dar conta da complexidade do fenômeno comunicativo.

O trabalho é dividido do seguinte modo. Na primeira parte apresentamos o contexto contemporâneo da publicidade, com foco nas transformações da relação entre essa instituição e o/as sujeito/as sociais. E mais especificamente os contornos da publicidade brasileira no que tange às questões de gênero.

1 Disponível em: <https://www.facebook.com/#!/priferrari22?fref=ts>. Acedido em: 30/06/2016.

2 Disponível em: <https://www.facebook.com/skol/>. Acedido em: 25/04/2017.

Na segunda parte discutimos o conceito de experiência e de públicos a partir da visão pragmatista de Dewey. Defendemos que os indivíduos vivem experiências o tempo todo e que a interação desses com o ambiente que os cerca faz parte da existência. Porém algumas experiências são responsáveis por gerar inquietação e promover reações. Nestas situações públicos se dão a ver no sentido de compartilharem e tratarem dos seus desdobramentos.

Na terceira e quarta partes apresentamos os casos estudados. Analisamos duas campanhas da cervejaria Skol. Uma veiculada no Carnaval de 2015 e a outra no Dia Internacional da Mulher de 2017. Embora não possamos afirmar que elas tenham uma correlação direta entre si, o conjunto da análise revela um movimento importante de como a Skol tem revisto suas propostas temáticas, nas redes sociais, no que tange ao respeito às diferenças.

Por fim confirmamos a hipótese original. Há uma relação potente entre publicidade, experiência e a formação de públicos. Embora com resultados diferentes, ambas as campanhas

analisadas provocaram experiências integrais no/as interagentes e acionaram públicos que se deram a ver a partir desta afetação. Olhar para essa interação se faz necessário pois é reveladora dos valores e dos quadros de sentido que orientam nossa sociedade contemporânea.

A Publicidade nas redes digitais e o tratamento das questões de gênero no Brasil

O surgimento das redes sociais *online* traz mudanças significativas para a relação instituída entre publicidade e sujeito/as sociais. Os anunciantes passam a usar a internet como espaço de divulgação de suas marcas e se veem instados a abrir canais de comunicação com seu/suas consumidores/as.

Esse/as, por sua vez, usam o espaço concedido pelas empresas para conversar e compartilhar experiências. Trocas que são responsáveis por gerar, muitas vezes, comunidades de partilha que reagem sobre determinado assunto ou causa específica em sentido contrário ao proposto pelas instituições.

Pode-se dizer, portanto, que há um aumento da possibilidade de manifestação por parte do/as usuário/as. Por outro lado, crescem também as alternativas de controle e vigilância por parte dos anunciantes. Isso se dá a partir dos rastros digitais deixados nas redes. Como cita Fernanda Bruno “comunicar é deixar rastro” (2012, p. 687). Na internet, isso se torna mais evidente uma vez que os rastros digitais são relativamente mais persistentes e facilmente recuperáveis. As pistas deixadas pelo/as usuário/as favorecem a Publicidade que tem aí um vasto conjunto de dados do seu/suas consumidor/as.

Apesar das transformações expostas acima, no que tange à questão de gênero, a publicidade brasileira é predominantemente marcada por um discurso conservador e machista. Destaca-se aqui o mercado cervejeiro.

Malta e Silva (2016) analisaram trinta e cinco comerciais de cerveja veiculados no *Youtube* com vistas a apreender a atual representação da mulher. As autoras levantaram sete categorias relativas ao papel desempenhado pelas mulheres nas propagandas juntamente com a frequência

em que cada uma delas se repete, são elas: coadjuvante (14,28%), escrava/serviçal (5,71%), objeto (37,14%), protagonista (2,85%), sedutora (34,28%), segundo plano (8,57%), igualdade de condições (31,42%). Ao final da análise, elas concluíram que

“(…) a cerveja é ainda um produto destinado ao público masculino, e mesmo a mulher ganhando destaque em alguns comerciais de cerveja, a sua apresentação como consumidora ainda é modesta, prevalecendo uma representação estereotipada que a caracteriza para compor o imaginário masculino” (Malta & Silva, 2016, p. 57).

A perpetuação de uma abordagem machista na publicidade brasileira começa na cultura interna das próprias agências. Um levantamento feito pelo *Meio e Mensagem*³ mostrou que as mulheres compõem apenas vinte por cento do quadro de profissionais criativos

3 Jornal de referência para o mercado publicitário brasileiro <http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2016/01/12/mulheres-sao-20-porcento-da-criacao-das-agencias.html> 12/01/2016 – acesso em 21/04/2017.

das trinta maiores agências do país. E por estarem em minoria muitas vezes são impelidas a se calarem ou se omitirem durante o processo criativo por medo de retaliação ou de perda do emprego. Além disso, as equipes de criação são compostas, em sua grande maioria, por um grupo específico de homens, brancos, classe média alta, que reproduzem nas peças sua visão de mundo (Lara *et al.*, 2016).

Se do lado da produção o que se percebe, na maioria das vezes, é a perpetuação de uma cultura machista e preconceituosa, da parte de quem recebe o que se vê é uma crescente conscientização e tomada de decisão frente à essas temáticas.⁴ Experiên-

4 Pesquisa feita pelo Instituto Patrícia Galvão, em 2013, sobre a “Representação das Mulheres nas Propagandas de TV” mostra que 84% dos entrevistado/as reconhecem que o corpo da mulher é usado para promover a venda de produtos; 58% sabem que as propagandas na televisão mostram a mulher como objeto sexual, 65% consideram o padrão de beleza nas propagandas de TV muito distante da realidade brasileira e 70% defendem a punição aos responsáveis por propagandas que mostram as mulheres de modo ofensivo. Realizada pelo Data Popular para o Instituto Patrícia Galvão. Disponível em: [http://agenciapatriciagalvao.org.br/mulher-e-midia/pautas-midia/pesquisa-revela-que-maioria-nao-ve-as-mulheres-da-](http://agenciapatriciagalvao.org.br/mulher-e-midia/pautas-midia/pesquisa-revela-que-maioria-nao-ve-as-mulheres-da-vida-real-nas-propagandas-na-tv/)

cias recentes de reações advindas por parte do/as interagentes com relação à campanhas publicitárias que acionam temáticas de gênero, apontam para situações em que as marcas têm revisto suas estratégias e retirados as peças de circulação⁵. Em contrapartida, estratégias publicitárias que buscam se aproximar de um modelo positivo das mulheres, retratadas na sua vida real, têm provocado no/as internautas experiências prazerosas com a marca e o/as levado, inclusive, a apoiá-las e a divulgá-las para outras pessoas⁶.

A relação entre as experiências que a publicidade evoca nos indivíduos e o modo como esses reagem e se organizam nas redes é que queremos analisar. Acreditamos existir uma

-vida-real-nas-propagandas-na-tv/. Acedido em 21/08/2015.

5 Um exemplo são algumas campanhas brasileiras, veiculadas em 2015, que causaram polêmica nas redes e foram retiradas. A saber: Skol, Sopas Vonno, Prefeitura de Curitiba e Ministério da Justiça – todas no Carnaval, Laboratório Sarnofé, junho do mesmo ano.

6 Um exemplo de estratégia bem sucedida é o vídeo/documentário criado pela Dove dentro da campanha “Retratos Real da Beleza” (Del Vecchio & Bona, 2015) e o vídeo “*The Girls Can*” da marca inglesa Sport England (Torres *et al.*, 2015).

relação potente entre publicidade, experiência e a formação de públicos. Para tal partirmos dos conceitos de experiência e de públicos de Dewey os quais serão apresentados na próxima seção.

A experiência e a formação de públicos

A experiência é algo vivenciado pelo/as sujeito/as na ação e na sua interação com as coisas do mundo. Dewey ressalta a dimensão prática e interacional da experiência “(...) toda experiência é o resultado de interação entre uma criatura viva e algum aspecto do mundo no qual ela vive” (2010, p. 122). Nesse processo, tanto a criatura como o aspecto do mundo com o qual ela interage se adaptam à situação vivida e se transformam mutuamente.

Toda experiência segue um padrão comum que consiste na alternância entre o fazer e o ficar sujeito/a algo e a ação e sua consequência devem estar unidas na percepção. É ao perceber e fechar um circuito de energia que o/as sujeito/as conferem significado e tem uma experiência integral (Dewey,

2010). Esse processo, porém, pode ser doloroso. Para o autor, há um componente de sujeição em toda experiência, pois demanda um “incorporar” que envolve uma reconstrução que pode vir a ser dolorosa. Nesse sentido toda experiência comporta um duplo movimento: padecer e agir.

É a partir da prática e do confronto com as coisas do mundo que o/as sujeito/as articulam sentidos e temporalidades, apreendem e tematizam as situações vividas e constroem relações com outro/as sujeito/as. Nessas interações, vivências são compartilhadas, experiências são trocadas e sentidos comuns são construídos. Esse processo é marcado, muitas vezes, por tensões e embates e, a depender das experiências compartilhadas, públicos se formam para debater e tratar sistematicamente questões de âmbito comum.

Dewey defende que os públicos se constituem em resposta a um problema e “(...) consistem em todos aqueles que são afetados pelas consequências indiretas das transações a tal ponto que se considera necessário ter essas consequências tratadas sistematicamente” (2008, p. 34). Nesse processo

a comunicação exerce um papel fundamental, ela representa o meio de mobilização e sustentação dos mesmos. É a partir da comunicação que as significações comuns são compartilhadas, que se estabelecem laços sociais, que o público se reconhece enquanto tal e que ações e experiências individuais podem se converter em ações conjuntas reunidas numa comunidade de interesses (Dewey, 2008). Como nos ensina o autor, um grupo de pessoas só se torna público na medida em que toma consciência de si e se reconhece como tal.

Quais as experiências sofridas? Que temáticas emergem? Que grupos se formam? Como eles se posicionam? Tentaremos responder essas questões a partir das afetações e das confrontações acionadas por duas campanhas específicas propostas pela cervejaria Skol. Ambas relacionadas às questões de gênero.

Campanha da Skol para o Carnaval de 2015: “Esqueci o não em casa, mas trouxe o nunca”

As experiências acionadas pela estratégia da cervejaria

No ano de 2015, a Skol desenvolveu um conjunto de painéis, veiculados em Abrigos de Ônibus, campanha que foi intitulada “Viva Redondo da Skol para as comemorações do Carnaval 2015”. O tema central era “Aceitar os convites da vida e aproveitar os bons momentos”. Os outdoors traziam frases do tipo: “Esqueci o não em casa” e “Topo antes de saber a pergunta”. No dia 11 de fevereiro, duas ativistas, Pri Ferrari e Mila Alves, incomodadas com a temática dos cartazes, fizeram intervenções nas placas com fita adesiva. Elas acrescentaram ao painel que alegava o esquecimento do não em casa a frase “e trouxe o nunca”. Feita a intervenção, as duas tiraram fotos na frente da imagem e postaram em suas páginas no *Facebook*. Com quase 8.000 *likes* e 3.000 compartilhamentos a mensagem se disseminou rapidamente.

A matriz interacional de Mead (2010), cujo eixo explicativo é a

comunicação, mostra que nos comunicamos a partir de gestos significantes. Estes são dotados de uma inteligência reflexiva que permite que pensemos na formulação de cada gesto a partir da expectativa que temos nas prováveis respostas do outro. Ao fazê-lo, nos afetamos mutuamente. São os gestos que iniciam os atos sociais.

Ferrari e Alves para fazerem a intervenção nos painéis da campanha da Skol utilizaram o recurso gestos significantes. Ambas se posicionaram frente às placas com o dedo em riste e fizeram uma careta de reprovação mostrando que não concordavam com aquela frase e com aquela proposta argumentativa. Além disso, acrescentaram à frase “Esqueci o ‘não’ em casa” a observação “e trouxe o nunca”, com fita adesiva preta que contrastava com as letras vermelhas da placa e marcava uma intervenção. Podemos pensar que o gesto evocado por elas incorporou o passado. Uma vez que a afetação que o painel provocou nas mesmas tem relação com um histórico tradicional de campanhas de Carnaval que usam de apelos machistas e sexistas. E acionou um futuro, já que aquele gesto mostrou a insatisfação

delas com relação à peça e convocou o anunciante e a agência a repensarem a campanha e a trocarem os painéis. Ou seja, o gesto delas iniciou um ato social. Este foi pensado a partir das prováveis reações do anunciante/agência (e foi resultado da afetação que essas já sofreram com a proposta da placa). A reação se efetivou com a troca do painel. E nova afetação assolou-as, ao saberem que seu apelo havia sido atendido, “Minas, essa nós conseguimos!”⁷. Ativistas, anunciante e agência se afetaram mutuamente. Como resultado, a Ambev (empresa detentora da marca Skol) mudou o diretor de marketing.

Bakhtin (2006) aponta para a força da palavra como fenômeno ideológico por natureza e diz que a importância da palavra está na sua ubiquidade social. Na situação comunicativa em estudo, o fato de a cervejaria Skol ter feito uso da palavra “não” foi um das principais motivadores para a ação. Essa palavra tem sido usada

⁷ Post de Pri Ferrari em sua página no Facebook quando da troca dos abrigos de ônibus pela cervejaria.

por um grupo de mulheres⁸ como signo ideológico que marca uma causa específica. Ao ser empregada pela cervejaria, exatamente em sentido contrário, foi motivo para que essas se posicionassem.

Mead (2010) vai dizer que a análise da comunicação é antes de tudo situacional, é preciso que olhemos para a situação como um todo. Nesse sentido é importante pontuarmos que o contexto de veiculação da campanha é o Carnaval e isso influencia na forma como as frases vão ser interpretadas. Um olhar mais atento para o painel revela que não há nenhum indício de que a frase seja direcionada às mulheres. Não há uma imagem feminina. Ela poderia ser direcionada para ambos os gêneros. Porém, nesse momento intervém o terceiro simbolizante, que é o polo da cultura, o qual evoca nas ativistas um conjunto de sentidos, associados ao contexto, e que já estão dados e apenas são atualizados nos painéis.

⁸ Um dos tópicos mais discutidos pelo grupo feminista online, chamado “Coletivo Chute”, com mais de 8.300 membros, é exatamente a cultura machista de ignorar o “não” <https://www.facebook.com/groups/159532957554525/?fref=ts>. Acedido em: 23/06/2016.

Como explica França (2012), ao tratar dos quadros de sentido de Bateson e da noção de enquadramento de Goffman, há em nossa sociedade várias posições, atitudes e discursos que muitas vezes são tomados como invisíveis e eventuais. Porém, revelam posicionamentos preconceituosos. Se analisarmos o conjunto dos painéis veiculados pela Skol, há indícios de um quadro de sentidos machista revestido de frases que hora nenhuma fazem menção direta às mulheres. “Esqueci o não em casa”, “Topo antes de saber a pergunta”, “Tô na sua mesmo sem saber qual é a sua”. Porém estão carregadas de conotações que se dão a ver no momento em que as mulheres se posicionam a partir da intervenção.

A fala das pessoas

O *post* veiculado por Pri Ferrari em sua *timeline* alastrou-se rapidamente. Somente nas primeiras cinco horas foram 382 comentários. Apesar do número de participações o que se percebe é que essas foram intervenções descompromissadas, informais, efêmeras, num clima que vai do “bate-

-papo” ao “bate-boca”. Como aponta Isabel Babo-Lança (2013), os utilizadores das redes digitais respondem a uma causa, mas tendem a um descomprometimento marcado pela distância e pela ausência do/a outro/a.

Embora as conversas tenham acontecido de forma assíncrona e desorganizada percebe-se a polarização entre dois grupos. Pessoas que apoiam a atitude das ativistas, que compartilham com as posições feminista, como se exemplifica através desse comentário “(...) mandaram mto bem meninassss!!!! vou sair com a minha fitinha isolante e sampleando a intervenção de vcs caso encontre outros desses por ae!:)” (Comentário Isabel)⁹. Esse grupo é composto em sua grande maioria por mulheres e é o grupo autorizado a se posicionar dentro do debate.

⁹ Optamos por reproduzir as falas exatamente como estão colocadas no diálogo para não correremos o risco de perdermos sua integridade. Alguns comentários de internautas serão entremeados à análise com vistas a ilustrar as temáticas que surgiram ao longo do debate. Estes estão destacados por aspas. Para resguardar o/as autore/as os nomes foram trocados. Os gêneros mantidos. Com exceção dos comentários das ativistas Ferrari e Alves, cujos nomes reais são indicados.

Outro/as internautas acham a atitude delas exagerada. Não compartilham da ação, não enxergam nos painéis algo direcionado às mulheres e, muito pelo contrário, apontam que são mensagens que poderiam estar voltadas para ambos os gêneros. “Não me julguem mal, mas estou sendo bem mais seletiva com algumas manifestações feministas. Tenho visto muito extremismo e algumas injustiças também” (Comentário Aline). Chegam mesmo a explicitar o quanto é “chato” e “extremista” o excesso de zelo pelo politicamente correto “(...) o mundo anda bem chato (...)” (Comentário José Alberto). “Extremismo também é patético” (Comentário Leandro). Esse grupo é, em sua maioria, composto por homens, mas há algumas mulheres que se colocam nesse sentido também. Esse é o grupo discriminado durante o debate. “Alguém explica por que tem homem achando que a opinião vale alguma coisa aqui?” (Comentário Amanda). Ferrari chega a explicitar para alguns internautas que eles não são bem vindos em sua *timeline*. “Vc não tem espaço aqui pra dar a sua ‘opinião’” (Comentário Pri Ferrari). Ao longo do debate podemos perceber

alguns núcleos de posicionamento semelhantes aos já apontados acima, na experiência acionada pela estratégia publicitária.

O contexto do Carnaval é também citado por vários/as internautas o que nos remete novamente à análise situacional de Mead (2010). Período marcado por um aumento da violência sexual contra as mulheres, o fato de a campanha ser veiculada no Carnaval, é assunto recorrente no debate. “(...) o problema é que a mensagem da dupla interpretação, principalmente no Carnaval em que os índices de estupro são mais altos (...) Errado em muitos níveis” (Comentário Vanessa).

A possibilidade de dupla interpretação é uma das principais objeções. As pessoas acusam a estratégia argumentativa da empresa de ser ambígua “(...) na real, não importa muito o que a Skol quis dizer, o negócio é que tem duplo sentido. E se tem duplo sentido é explicativo e cada um entende o que quer, estamos em época de Carnaval gente (...) o mundo é machista (...)” (Comentário Mila Alves).

O uso inadequado da palavra não também aparece na discussão dos internautas.

(...) Ainda mais quando se usa ‘O NÃO’ (...), o mesmo “não” que é usado em campanhas anti estupro e em até campanhas em favor do uso da camisinha (...) e uma parada MUITO SEM NOÇÃO!!! não tem como inventar desculpa e falar que não foi a intenção (Comentário Alessandra).

De volta a Bakhtin “(...) sabemos que cada palavra se apresenta como uma arena em miniatura onde se entrecruzam e lutam os valores sociais de orientação contraditória” (2006, p. 66). No caso específico, o uso da palavra não pelo anunciante abriu uma arena de luta em que disputas de sentido e jogos de poder se deram a ver.

Ao olhar para o quadro de sentidos construído em torno da campanha podemos dizer que valores invisíveis e preconceituosos vieram à tona no momento em que ocorreram falhas e rupturas no processo. “(...) o machismo é humano. E muitos, muitos mesmo, usam o argumento de que a mulher ter que se submeter aos desejos do homem é... tchararammm... NATURAL!!!!!!” (Comentário Isaias).

A temática proposta pelo anunciante acionou um sentir e um (re)agir e públicos constituíram-se na tentativa de se posicionar perante os enquadramentos propostos.

**Campanha da Skol para o Dia Internacional da Mulher de 2017: “Skol Reposter: essas imagens não nos representam mais”
A estratégia da cervejaria**

Em comemoração ao Dia Internacional da Mulher de 2017, a Skol publicou um *post*, em sua *fanpage*, intitulado *Skol Reposter*. A campanha gerou grande engajamento, atingindo 7.785.567 visualizações¹⁰. O *post* foi dividido em quatro partes: texto de abertura; endereço para que as pessoas entrassem e conhecessem os pôsteres criados, filme publicitário e espaço para comentários. O texto de abertura deu a tônica da campanha:

Já faz alguns anos que algumas imagens do passado não nos representam mais. O mundo evoluiu

e a Skol também. Convidamos ilustradoras e artistas plásticas para recriar pôsteres antigos de Skol sob um novo olhar. Porque lugar de mulher é onde e como ela quiser. Redondo é sair do seu passado (Skol Reposter - texto introdutório).

A proposta do comercial foi recriar cartazes antigos da Skol para isso foram convidadas seis artistas plásticas¹¹. O filme começa com as peças sendo rasgadas pela mão de um homem branco e uma voz masculina, em *off*, explica a estratégia. Na sequência mostra-se as artistas reunidas, recriando os cartazes e dando seu depoimento, também em *off*, sobre a proposta e o motivo de aceitarem o convite. Ilustradora 1: “Eu aceitei esse convite porque é importante desconstruir estereótipos, preconceitos”. Ilustradora 2: “Uma coisa que eu tive muita vontade de fazer foi tirar a mulher de ser a pessoa que está servindo a cerveja, não ela tá tomando a cerveja”. Ilustradora 3: “Que bom, que a

gente tá aqui para dialogar sobre isso, porque eu acho que o primeiro passo é o diálogo”. Ao final, são exibidos alguns cartazes criados por elas sobre a matriz dos antigos, percebe-se uma nova representação que retrata mulheres de diferentes tipos de cabelo, cor, corpo, estilo, etc.

A desconstrução proposta pelo filme vem ao encontro das reivindicações de uma parcela significativa das mulheres e até por isso é tão bem aceita. As personagens que ali perfilam foram escolhidas a dedo. São formadoras de opinião, pessoas escolarizadas, bem sucedidas profissionalmente, que têm uma história e que acionam um processo identificação/projeção nas internautas (Morin, 1997). Das seis, quatro são brancas, uma negra e uma asiática. Mesmo com uma representação de raça desigual isso não se torna perceptível uma vez que a fala delas e a luta que elas estão representando, da desigualdade de gênero, se sobrepõem às outras camadas de discriminação. Como nos ensina Gonzalo Abril (2012), ao olhar para os textos visuais e se fazer olhar pelos textos, empreende-se, de modo consciente ou não, lugares de enunciação, marcados

¹¹ Eva Uviedo, Criola, Camila do Rosário, Elisa Arruda, Manuela Eichner e Carol Rosseti.

¹⁰ Dado de 12/07/2017.

e assinados por papéis sociais. O filme em questão cumpre muito bem o olhar da resistência tão almejado por uma parcela significativa das pessoas com relação às propostas das cervejarias de um modo geral.

A escolha da data contribuiu para o sucesso da campanha. Uma análise situacional da comunicação (Mead, 2010) mostra que a maioria das pessoas, especialmente as mulheres, aprovaram a iniciativa. Ao longo dos comentários, algumas delas agradecem à cervejaria pela lembrança e chegam a dizer que ganharam o dia com a ação.

Ao clicar no endereço proposto no início do *post* pela Skol “Conheça todos os pôsters em skol.com.br/reposter” o indivíduo era direcionado para uma outra página intitulada Skol *Reposter* que abrigava os detalhes da estratégia. Nessa parte era possível conhecer os cartazes feitos pelas ilustradoras¹² e também as contribuições

12 Além das seis artistas que contracenaram no filme estão incluídas nessa parte mais outras duas que parecem ter contribuído para a recriação também, são elas: Evelyn Negahamburguer e Sirlanney. Não fica claro o motivo pelo qual elas não participaram do comercial.

do/as internautas. Ao todo foram 22 participações de usuário/as comuns, dentre ele/as, 19 mulheres e 3 homens. O número de pessoas que se dispuseram a criar cartazes e colaborar com a campanha é mais um indício do engajamento gerado pela ação.

Por último, vinha a parte aberta aos comentários do/as internautas. O *post* gerou 158.737 *likes*, 51.696 *amei*, 4.640 *uau*, 56.541 *compartilhamentos* e 22.450 *comentários*¹³. Esses números, comparados aos resultados de outros *posts* veiculados pela Skol em 2017, revelam um expressivo engajamento da campanha.

A fala das pessoas

A análise dos comentários mostra que a campanha gerou mais consensos do que dissensos. Alguns temas se revelaram recorrentes ao longo da interação.

A grande maioria das pessoas parabenizaram a Skol pela a ação: a marca caminha na direção certa; reforça as ações feministas; prova que a sociedade está sendo ouvida.

13 Dados de 12/07/2017.

A estratégia foi associada à desconstrução do machismo; encarada como um exemplo de ressignificação, uma demonstração de respeito. Algum/as usuário/as gostaram tanto que pediram indicação de como podiam conseguir os cartazes para fazer *download* e compartilharem.

A maioria das mulheres se sentiram representadas: a marca finalmente entendeu que o lugar da mulher é onde ela quiser. O elogio foi para a representação da mulher como uma pessoa que toma a cerveja e não somente a serve. Para a aceitação de que elas gostam de cerveja e de que existe todo tipo de consumidora: gorda, magra, bonita, feia, branca, amarela. Faz-se necessário pontuar que essas imagens não foram trabalhadas no filme, apenas citadas na fala de uma das artistas. Porém expressam o repertório compartilhado por elas. “(...) as imagens nunca vêm só, nem se as reconhece fora de coleções e redes imagéticas virtuais. As imagens sempre aderem algum imaginário social (...)” (Abril, 2012, p. 31)¹⁴.

14 Tradução livre de “[...] las imágenes nunca vienen solas, ni se las reconoce fuera de colecciones y redes imagéticas virtuales. Las

Outras questões que apareceram foram: o retorno ao consumo após essa campanha; a cobrança pela continuidade da ação em estratégias *offline* e em outros períodos do ano; a reivindicação pela igualdade no número de contratação de homens e mulheres na empresa; a baixa qualidade do produto e um estranhamento pela companhia renegar o seu passado.

A Skol respondeu a todas as pessoas diretamente. Isso se deu de diferentes modos. Houve algumas respostas padrão, ilustradas em um formato que lembra os memes, nos tons amarelo, rosa e lilás (menção direta à cor do movimento feminista e do Dia Internacional da Mulher). Houve também as respostas em texto, nominais à pessoa, e que seguiam mais ou menos um padrão. Os textos eram sempre no sentido de renovação, mudança, respeito à diversidade. Apresentavam a Skol como uma empresa que está se renovando, reescrevendo sua história: “Afinal, redondo é sair do passado”. Outro formato de resposta referiu-se à internautas que se colocaram

contrários à algum ponto da ação. Nesse caso a empresa respondia em forma de meme “Vem rever suas ideias com a gente fulano/a!”.

Diferentemente da primeira proposta o que se pode constatar aqui é que as experiências acionadas pela campanha ocorreram prioritariamente num sentido positivo. Mesmo assim podemos afirmar que houve uma experiência integral responsável por deslocar sentidos e provocar rupturas. Isso se deu em virtude da temática sugerida atender aos anseios das mulheres por respeito e reconhecimento. E inovar no modo como uma cervejaria propôs a representação da imagem feminina.

Considerações finais

Nossa proposta foi tentar apreender a relação instituída entre publicidade e sujeito/as sociais nas redes digitais. Buscamos demonstrar a relação potente que existe entre publicidade, experiência e públicos.

Dewey (2010) diferencia as experiências comuns do dia a dia de algumas integrais que ele nomeia de “uma experiência”. Nelas é como

se algo se deslocasse possibilitando rupturas e deslocamentos de sentido. É ao perceber e fechar um circuito de energia que os indivíduos conferem significado e tem uma experiência integral. Nos dois casos analisados podemos dizer que o/as interagentes sofreram “uma experiência”. Que o/as afetou e o/as fez reagir em torno da temática proposta. A qual acionou nele/as sentimentos relacionados a um campo problemático específico, a desigualdade de gênero.

Contudo, ao olhar para as reações que ambas as campanhas acionaram o que se percebe é que uma suscitou majoritariamente experiências negativas e a outra positivas. Porém nas duas situações públicos se deram a ver. A mobilização que as publicidades causaram gerou um engajamento expressivo e a mobilização de um número significativo de pessoas. O que nos faz crer que ambas conseguiram interpelar o/as sujeito/as e fizeram com que esses padecessem de uma experiência integral a qual aciona e desloca sentidos.

Como nos ensina Dewey os públicos se formam a partir da afetação com uma situação problema. Nos casos

imágenes siempre adhieren algún imaginario social[...]”.

acima disso se deu a partir da temática sugerida pela companhia nos períodos do Carnaval e do Dia Internacional da Mulher, respectivamente.

É importante apontar como o *contexto* interferiu enormemente na experiência acionada e na conformação dos públicos. A Skol se apropriou oportunamente do Dia Internacional das Mulheres para se “retratar” por meio da proposta argumentativa de *Reposter*. É claro que não podemos afirmar uma correlação direta entre as duas campanhas. Porém não podemos desprezar que os acontecimentos em torno da marca no Carnaval de 2015 foram bastantes significativos no sentido de uma mudança. Haja visto que o Diretor de Marketing foi demitido da instituição e, desde então, a Skol vem trabalhando um reposicionamento de marca nas redes sociais.¹⁵

O conceito de rastros digitais (Bruno, 2012) nos leva a crer que a Skol tem usado os registros deixados

pelo/as internautas em sua *fanpage* como subsídio para o planejamento de suas estratégias e concepção de suas campanhas. Nesse sentido, podemos dizer que a Skol saiu na frente e está usando dessas novas possibilidades tecnológicas da rede a seu favor.

Por último, é importante ressaltar a existência de um horizonte social que atua na relação entre publicidade e sujeito/as sociais o qual é responsável pelas experiências que emergem nessa interação. Em ambas as campanhas as experiências acionadas nos públicos foi além do que estava dito nas peças. Em “Esqueci o não em casa” a imagem do painel não fazia menção às mulheres. Em “Skol *Reposter*” a proposta do filme foi muito aquém às representações acionadas nos comentários delas. Essa constatação nos remete novamente a ideia de que as imagens sempre aderem à um imaginário social. Nos casos apresentados acima, as temáticas propostas fizeram emergir um quadro de sentidos invisível ligado a anos de luta feminina contra a desigualdade de gênero e ao uso da imagem da mulher objeto. Quadro esse que dado a ver provocou deslocamentos e rupturas de sentido.

O modo como ambas as campanhas afetaram e conformaram públicos confirma nossa hipótese original. Há uma relação potente entre publicidade, experiência e públicos. Interação essa que precisa ser explorada pois reveladora que é de traços e de valores importantes da nossa sociedade contemporânea. Mais do que partir para uma conclusão definitiva nossa intenção é acionar o debate e incentivar outros estudos.¹⁶ A partir da matriz teórica que nos alicerça e que nos leva a crer que o processo comunicativo se dá em interação. Sendo assim, a produção de sentidos nunca finda, está sempre em negociação.

REFERÊNCIAS

Abril, G. (2012). Tres dimensiones del texto y de la cultura visual. IC – *Revista Científica de Información y Comunicación*, 9, 15-35.

15 Em sua *fanpage* a empresa tem postado comerciais tratando de temáticas como: o movimento LGBT; a questão racial; a terceira idade; a desigualdade de gênero; a aceitação das diferenças, de um modo geral. Sempre com um tom socialmente responsável e antenado para as mudanças sociais.

16 O *corpus* desse artigo faz parte da tese de doutoramento da autora intitulada “Campanhas Publicitárias e sua apropriação como problema de gênero: experiência e formação de públicos nas redes sociais digitais”, em elaboração.

- Babo-Lança, I. (2013). O acontecimento e seus públicos. *Comunicação e Sociedade*, 23, 218-235.
- Bakhtin, M. (2006). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Editora Hucitec.
- Bruno, F. (2012). Rastros Digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede. *Famecos*, 19(3), 681-704.
- Corrêa, L. G. (2011). *Mães cuidam, pais brincam. Normas, valores e papéis na publicidade de homenagem*. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. Minas Gerais: Brasil.
- Costa, D. (2016). *Publicidade e Mídias Sociais: A Humanização do Discurso como Estratégia Mercadológica na Relação entre Empresas e Consumidores*. In B. Bezerra, B. Guedes & Costa *Publicidade e Consumo: entretenimento, infância, mídias sociais* (pp. 215-322). Recife: Editora UFPE.
- Del-Vechio, R. & Bona, R. J. (2015). *Dove Retratos da Real Beleza: Reflexões sobre a Publicidade e a Representação da Mulher Real na Comunicação Midiática*. Rio de Janeiro: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom Nacional.
- Dewey, J. (2008). *Democracia cooperativa: escritos políticos escolhidos de John Dewey: 1927-1939*. In A Franco & T. Pogrebinski, T. (eds.). *Democracia cooperativa: escritos políticos escolhidos de John Dewey: 1927-1939*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Dewey, J. (2010). *A Arte como Experiência*. São Paulo: Martins.
- Dip, A. (2015). Machismo é a regra da casa. *Pública*, 13 de março. Disponível em: <https://apublica.org/2015/03/machismo-e-a-regra-da-casa/>. Acedido a: 24 de abril de 2017.
- França, V. V. (2012). A TV e a dança dos valores: roteiro analítico para tratar da relação entre televisão e sociedade. In V. V. França & L. G. Corrêa (org.) *Mídia, Instituições e Valores* (pp. 37-51). Belo Horizonte: Autêntica.
- França, V. V. (2016). O objeto e a pesquisa em comunicação: uma abordagem relacional. In C. P. Moura & M. I. V. Lopes (org.) *Pesquisa em Comunicação: metodologias e práticas acadêmicas* (pp. 153-174). Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Lara, B., Rangel, B., Moura, G., Barioni, P. & Malaquias, T. (2016). *#Meu Amigo Secreto. Feminismo Além das Redes/ [Não me Kahlo]*. Rio de Janeiro: Edições Rio de Janeiro.
- Malta, R. B. & Da Silva, K. M. R. (2015). A atual representação da mulher em comerciais de cerveja: relações socioculturais e mercadológicas. *Verso e Reverso*, 30(73), 50-57.
- Martino, L. M. S. (2015). *Teoria das Mídias Digitais*. Linguagens, ambientes e redes. 2.ª edição. – Petrópolis, RJ: Vozes.
- Morin, E. (1997). *Cultura de Massas no Século XX: neurose*. Vol. 1: Neurose. 9.ª ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Mead, G. H. & Morris, C. W. (2010). (org) *Mente, Self e Sociedade*. São Paulo: Ideias e Letras.
- Recuero, R. (2014). Redes Sociais. In A. Citelli, C. Berger, M. A. Baccega, M. I. V. Lopes & V. V. França (org.) *Dicionário de Comunicação*, escolas, teorias e autores. São Paulo: Contexto.
- Sacchitiello, B. & Lemos, A. Z. (2016). Mulheres são 20% da criação das

agências, *Jornal Meio e Mensagem*, 12 de janeiro. Disponível em: <http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2016/01/12/mulheres-sao-20-porcento-da-criacao-das-agencias.html>. Acesso a: 21 de abril de 2017.

Torees, B. A., Araújo, M. L. & França, L. V. S. (2015). Discurso Publicitário (Des)Construindo Identidades de Gênero: Análise Crítica da Campanha “This Girl Can” do Sport England. Rio de Janeiro: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom Nacional.

Género e receção mediática no Estado Novo

Gender and media reception in Estado Novo

Ricardo Carvalho

UBI/Labcom.IFP

jrpe@ubi.pt

ORCID: 0000-0003-3917-5230

Maria João Silveirinha

FLUC/CIC.Digital

mjsilveirinha@sapo.pt

ORCID: 0000-0002-0702-3366

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_13

Resumo

Baseado em testemunhos femininos relativos ao período entre as décadas de 1940 e 1960, este texto procura dar um contributo para a compreensão da forma como a receção mediática por parte das mulheres portuguesas foi obrigada a encontrar o seu espaço de articulação com a vida quotidiana no interior do contexto constrangedor e da cultura patriarcal no Portugal do Estado Novo, nos termos da sua hegemonia moral e das rígidas fronteiras que impunha aos papéis de género. Através de entrevistas biográficas com mulheres nascidas nas primeiras décadas do regime salazarista, abordamos alguns modos de receção da rádio e da televisão na medida em que eles configuravam uma adaptação dos então ‘novos media’ a regimes censórios profundamente interiorizados no que respeita a comportamentos e relações de género.

Palavras-chave: rádio; televisão; receção; género; Estado Novo.

Abstract

Based on women’s memories about the 1940’s, 50’s and 60’s, this text seeks to understand the ways media reception was forced to find a place of articulation with everyday life within the constraining context of the period’s patriarchal culture, under its moral hegemony and the rigid boundaries it imposed on the gender roles. Taking biographical interviews with women born in the first decades of the Estado Novo, we approach some modes of reception of radio and television as they configured an adaptation of the then ‘new media’ to deeply internalized censorship regimes in relation to behaviors and gender relations.

Keywords: radio; television; reception; gender; Estado Novo.

Introdução

A censura sobre os *media* durante o Estado Novo tem sido objeto de importantes abordagens que analisam os conteúdos proibidos (Príncipe, 1994; Torgal, 2009), recorrem a testemunhos de jornalistas (Correia & Baptista, 2010) ou evidenciam mecanismos de coação e de redução dos discursos mediáticos à ideologia oficial (Cádi- ma, 1995; Azevedo, 1999; Cabrera, 2013). Mas estes estudos deixam de parte, com pequenas exceções (Santos, 2005), a receção e as suas práticas no contexto da censura salazarista.

Numa leitura feminista da história dos *media*, a questão que se coloca é saber como estes se enquadravam na vida das cidadãs de um país encerra- do sobre si próprio e onde o conteúdo mediático estava sujeito a uma rigo- rosa censura que contrariava a aber- tura de horizontes tendencialmente proporcionada pelos *media*. É, pois, na interceção entre as práticas de receção mediática e um duplo sistema de opressão sobre as mulheres – o regime censório e o sistema patriarcal – que podemos vislumbrar as formas como esse mesmo sistema se articulava com a vida quotidiana.

Assim, procuramos abordar, em primeiro lugar, a censura do Estado Novo para além do aspeto institucional e dos seus efeitos no conteúdo dos *me- dia*, passando a olhá-la pelo prisma do quotidiano das mulheres e da receção mediática.

Em segundo lugar, propomo-nos encarar a censura como um fenóme- no mais vasto do que a interdição de ideias e expressões políticas ou de objetos artísticos, passando a tomar também em consideração todo um regime de práticas hegemónicas que consistem em desaprovações e reprimendas socialmente reiteradas com que se exerce o poder social com vista a disciplinar consciências e atitudes. Propomo-nos, assim, explorar a cen- sura do lado da receção, referindo- nos, com essa ideia, aos atos de au- tocensura presentes no quotidiano e ao conjunto de práticas com que os indivíduos se vigiam e censuram entre si sob uma ordem hegemónica.

A dualidade da censura

O exercício da censura tende a produzir uma dinâmica ambivalen- te do lado dos que a sofrem. Esta

dinâmica traduz-se na coexistência de dois movimentos opostos: por um lado, o enraizamento de mecanismos de interiorização do proibido e de ade- são às normas censórias; por outro, o afloramento de práticas com que se relativiza as normas, se amolece os contornos do interdito, se ilude a censura.

Nesta ambivalência, há uma dupla articulação da censura: com o concei- to de hegemonia (Gramsci *apud* For- gacs, 1999) e com a ideia de táticas quotidianas (Certeau, 1990). Sendo a censura um ato de poder, o conceito de hegemonia permite olhar as práticas censórias para além do que é reprimi- do de forma programática e explícita, dando atenção ao que é interiorizado e consentido, e alargando-se aos me- canismos de autocensura e a formas censórias participadas e coletivas.

A noção de hegemonia usada por Gramsci designa a capacidade de um grupo dominante para *guiar* os dominados, não pela imposição mas pelo consentimento (Gramsci *apud* Forgacs, 1999, p. 197). Os modos de consciência dos subordinados são mo- bilizados para aceitarem como sen- so comum a visão dos dominadores,

encarando uma dada relação de subordinação não apenas como normal, mas até como a única concebível, num trabalho de limitação das estruturas de sentido (onde se alicerçam as manifestações autocensórias). A hegemonia não é, porém, um processo histórico fixo, pois necessita de uma produção contínua de normas apresentadas como naturais, bem como de instituições, incluindo os media, que as disseminem com vista a produzir consenso.

Por outro lado, o quotidiano é um terreno prenhe de interstícios, onde se podem desenvolver ações características dos elementos dominados e que, sem transformarem os regimes de poder que sobre eles se exerce, procedem a uma *bricolage* de “inumeráveis e infinitesimais metamorfoses” dentro da ordem dominante, de forma a adaptá-la às suas circunstâncias e interesses (Certeau, 1990: XXXIX). Por detrás dos “sistemas de produção” constituídos pelas instituições esconde-se uma outra forma de produção levada a cabo na vida quotidiana pelos indivíduos, cujas “artes de fazer” produzem práticas só visíveis pela pesquisa académica quando esta

deixa de encará-las como um mero pano de fundo do social (*Idem, ibidem*: XXXV).

Refira-se, ainda, dois aspetos basilares no contexto do Estado Novo e da sua contemporaneidade com a implantação da rádio e da televisão.

Em primeiro lugar, se estes *media* proporcionaram um alargamento da experiência simbólica, a ditadura salazarista procurou enquadrar e limitar essas formas e experiências por meio de restrições ideológicas e de um registo constrangedor das visões do mundo. O regime de Salazar investiu a sua essência anti-moderna e anti-individualista no modelo ideológico de “fada do lar” e dedicou-se a prescrever papéis bem circunscritos para a mulher dentro e fora do núcleo doméstico (Belo, Alão & Cabral, 1987; Cova & Costa, 2002). Sob a retórica da valorização feminina – que definia a norma de feminilidade em torno da maternidade – visava-se a mulher com severos mecanismos de controlo social. A política de doutrinação ideológica e moral incluiu, obviamente, os *media*. Por exemplo, os programas femininos da Emissora Nacional constituíam um bloco

específico cujo conteúdo indicava sempre a casa e a família como destino último da mulher.

Em segundo lugar, apesar do incremento do consumo e da publicidade nos *media* favorecerem uma cultura orientada para o prazer e a autorrealização (Putnam, 1994, p. 195), o sistema patriarcal suportado pelo Estado Novo contrapunha-lhe a ideia de contenção sensorial, de recato e de abdicção feminina. Se, sobretudo com a televisão, vai penetrando uma cultura comercial e estética centrada no indivíduo, o Estado Novo nunca deixou de combater os princípios liberais, propagando um modelo de família ‘naturalmente’ hierárquica, verdadeira instituição de domesticação da mulher. Com os anos 60 a divergirem do modelo tradicional, a televisão terá favorecido uma abertura nas representações do feminino e um processo de re-imaginação também do lado das recetoras (Monteiro & Policarpo, 2011). Mas, nem essas imagens deixaram de ser triadas pela censura, nem desapareceu subitamente o contexto patriarcal que as recebia do lado da receção.

Memória e método

Se um sistema hegemónico tem como matriz um conjunto de mecanismos disciplinadores – ao mesmo tempo de vigilância e de consentimento –, o que procuramos apreender nesta pesquisa é como as mulheres articulavam a receção dos *media* com os interditos sociais e as prescrições normativas de género, mantendo como hipóteses tanto a performance contínua de microcensuras como a prática de subversões a uma tal disciplina no quotidiano.

Para isso, adotamos um olhar sobre os contextos de receção mediática como um conjunto de práticas mnemónicas, tendo em conta que a natureza substantiva da memória enfatiza a sua construção e reprodução por processos sociais práticos (Olick & Robbins 1998; Keightley & Pickering, 2012).

Acerca da investigação sobre *media* e memória, Bourdon (2003) argumenta que “o melhor é começar pelo processo de receção, pelos agentes sociais, em vez de partir dos textos” e defende que isso pode ser feito através de “histórias de vida”. É com esta metodologia que pretendemos incluir os atos de receção mediática na vida

quotidiana das mulheres de uma forma que permita analisar, não apenas como os modos de elas se relacionarem com os *media* se enraízam em circunstâncias e relações de forças específicas, mas também como o relato dessas memórias mediáticas, enquadrado por uma narrativa de vida, configura – e constrói reflexivamente – uma identidade de género situada no tempo e mergulhada em estruturas ideológicas e relações de poder.

A investigação feita nestes moldes é relativamente escassa. Para além dos trabalhos de Stacey (1994), Kuhn (2002) ou Keightley (2011), pouca pesquisa documenta a memória mediática quotidiana das mulheres. Mas não poderemos ignorar como a própria memória é estruturada e limitada por variáveis sociais como o género e pelas correspondentes estruturas e relações de poder, nem esquecer as forças materiais e ideológicas que influenciam o processo da receção dos *media*. Por outro lado, a experiência da memória de género não é unitária, nem ocorre de forma previsível, dado que outras diferentes afiliações e identificações sociais, como a classe, a etnia e a idade podem ser postas em jogo nos

atos de consumir rádio ou televisão, em diferentes momentos temporais (Keightley, 2011).

No nosso caso, a seleção das participantes privilegiou a classe social de origem (‘classe popular’ e ‘classe média’) e os testemunhos que apresentamos baseiam-se em entrevistas biográficas recolhidas junto de 18 mulheres de Lisboa e da Covilhã, nascidas nas décadas de 1930 e 40.¹ O trabalho de campo, inserido numa pesquisa mais vasta que envolveu a recolha de 60 biografias femininas², foi realizado entre setembro de 2012 e julho de 2013, tendo cada participante sido submetida a duas entrevistas semiestruturadas levadas a cabo nas suas residências ou em espaços associativos por si frequentados: a primeira entrevista incentivou um relato biográfico (focado em tópicos como o espaço doméstico, as relações familiares, o trabalho, os espaços

1 Neste texto, não comparamos as classes sociais e os meios urbanos, procurando antes uma perspetiva geral acerca dos aspetos mais significativos da receção sob um prisma de género.

2 Dentro do projeto “Media, Receção e Memória”, financiado pela FCT e pelo FEDER, através do Programa COMPETE.

públicos, as aspirações – nas várias fases da vida); a segunda orientou-se para a recepção mediática ao longo da biografia (tentando localizar os usos da rádio e da televisão e a apropriação dos seus materiais simbólicos em relação com os lugares, os eventos e as interações sociais descritos na primeira entrevista).

Este método pode ser filiado no campo da história oral das mulheres (Armitage & Gluck, 2008), onde se articula história e memória, mas distancia-se daquela epistemologia feminista que questiona a autoridade dos investigadores para interpretar os relatos sem participação das biografadas; neste caso, permitimo-nos procurar padrões femininos de experiência e discurso, exclusivamente na posição de condutores de uma pesquisa. Para isso, transcrevemos as entrevistas e codificámo-las numa série de categorias destinadas a examinar as articulações do género com a experiência mediática ao longo do Estado Novo. Desse conjunto, a categoria a que chamámos “proibições e imposições”, quando cruzada com as categorias definidas como “usos e apropriações dos *media*”, deu origem

a um corpo de dados que suscitaram o recurso ao conceito de censura e o seu desdobramento nas várias dimensões que aqui expomos.

A análise das práticas mnemónicas sobre a recepção feminina de rádio e televisão será dividida em três níveis: censura política, censura social e censura simbólica. Pela primeira entendemos aquilo que envolve a repressão ou o silenciamento de temas e instituições explicitamente políticos do lado da recepção. Pela segunda entendemos o conjunto de interditos, repressões e vigilâncias normativas sobre práticas e interações sociais que a audiência leva a cabo em articulação com a própria recepção. Entendemos, por fim, a censura simbólica como o recurso da audiência a conteúdos mediáticos com que ela própria produz significações que se dedicam a censurar e desaprovar atos ou figuras presentes no plano da representação simbólica.

Censura política na recepção

Num texto intitulado “Do outro lado do Estado Novo”, Maria Helena Carvalho dos Santos convoca memórias pessoais da infância na década

de 1940, recordando a sensação “de pertencer a um grupo que tinha de se esconder, que devia ouvir, mas não falar, que devia adivinhar que existiam coisas perigosas” (Santos, 1987). A censura não afeta a recepção política apenas pela repressão de conteúdos. Opera também um trabalho que resulta na criação de disposições quer para o silêncio quer para a naturalização do desinteresse e da incompreensão, que na nossa pesquisa surgem como evocação de práticas interiorizadas de calar, de não saber e de não ousar compreender. A memória das entrevistadas, mediada por quatro décadas de democracia, lança uma luz atual sobre a surdez e a mudez políticas que eram as suas próprias e as de largos setores da audiência, e só essa mediação terá desnaturalizado a abstenção da política, politizando hoje a memória do silêncio e permitindo-lhes avaliar retrospectivamente quão interiorizada era a condição de não cidadania. Mas, como nenhum sistema hegemónico é absoluto, também se desenvolviam táticas ‘resistentes’ de recepção.

A polícia andava na rua à paisana e depois metiam-se nos patins

das casas (...). Lembro-me que [as pessoas] punham um copo com água em cima do rádio para a polícia não ouvir cá fora, que era para ouvirem os comunistas a falarem e, pronto, a dizerem mal do governo. (...) A estação era «Rádio Moscovo não fala verdade» (...) Havia pessoas que pertenciam à PIDE, e essas pessoas é que depois diziam que naquela casa estavam a ouvir esse rádio. Ninguém podia ouvir esse rádio. Por isso é que eles punham o copo com água, que era para não ouvirem. Quer dizer, aquilo era um som que só as próprias pessoas lá em casa é que ouviam. (Ilda, Covilhã).

Havia aquela rádio [Portugal Livre], àquela hora, toda a gente que podia ouvia, porque havia casas em que não se podia ouvir. Nós ouvíamos aqui na minha, na rua do Prior, porque eu tenho três janelas para as traseiras e depois é tudo quintais. Então o meu marido arranjou uma antena, as janelas tinham frestas, e então punha a antena agarrada à fresta do meio, ao bloco do meio, e era assim que

a gente conseguia ouvir, mas só à noite com a luz apagada e tudo. (Maria Emília, Lisboa)³

Nas brechas da censura institucional emergem engenhos e ‘técnicas’ bizarras, tendencialmente lideradas por homens, para furarem o cerco e iludirem o sistema de vigilâncias. No caso da rádio, o lar constitui o refúgio onde alguns desenvolvem práticas de receção nitidamente políticas, na procura de informação alternativa, mas trata-se de um refúgio não totalmente seguro. Ilda alude à disseminação da vigilância que o salazarismo montou entre a população, transformando vizinhos em informadores da polícia política. A extensão do sistema de denúncias e delações, reticularmente presente no seio das audiências, constituía uma pedra angular no processo de interiorização da censura por parte de cada indivíduo, desenvolvendo um conjunto de auto inibições, mas ao mesmo tempo também estimulando a invenção de “artes” quotidianas para escutar estações de rádio clandestinas.

³ Os nomes usados são pseudónimos definidos no âmbito da pesquisa.

Censura social e usos dos *media*

Além do explicitamente político, pretendemos examinar os mecanismos de censura que funcionam em relação ao género não só através da interdição, mas também através de mecanismos reiterados de reprimenda e de desaprovação que contam com uma certa adesão das mulheres, colaborantes num processo de hegemonia moral e ideológica que as leva a interiorizar como seu o que na verdade são mecanismos da sua subordinação.

A dominação masculina é colocada por Bourdieu no reino da “ordem das coisas”, dos “princípios de visão e divisão” (de um mundo estruturalmente sexuado) que se tornam “disposições práticas” incorporadas nos atores sociais (Bourdieu, 1999, p. 7-8) e que lhes limitam as possibilidades de pensamento e ação. É a assunção pelos subordinados de categorias de apreensão e de ação construídas do ponto de vista dos dominantes que leva os próprios dominados – incorporando-as profundamente (no sentido de disposições do próprio corpo, não consciencializadas) – a aplicá-las fazendo-as parecer inteiramente naturais. Entre

estes processos encontra-se a naturalização de linhas divisoras entre o que é masculino e o que é feminino, um traçar no chão de fronteiras entre os géneros (Bourdieu, 1999).

As práticas associadas à receção mediática também se desenvolvem dentro de um sistema de disposições incorporadas em termos de género. Por isso, têm que ser entendidas em articulação com alguns eixos do sistema patriarcal, particularmente com o trabalho doméstico, a questão do corpo, e a dualidade entre espaço público e privado.

Espaços não-domésticos

Uma dimensão longamente embebida em mecanismos de censura social é a do território e a sua divisão em espaço público e privado, fazendo do “confinamento espacial (...) um dos meios mais óbvios através dos quais a vida das mulheres tem sido circunscrita” (Reus & Usandizaga, 2008: 19). Não obstante, tem-se detetado como, em contextos históricos patriarcais, as mulheres encontraram brechas e caminhos oblíquos para a subversão da dualidade constituída

pelo constrangimento doméstico da feminilidade e o mundo público da masculinidade (Idem, *ibidem*). No estado Novo, essas subversões da norma pressupunham, no entanto, táticas a que as mulheres tinham que recorrer para deixar a esfera doméstica sem sofrer a censura social. Muitas entrevistadas dão conta de como essa legitimação era difícil de alcançar:

[Aos ensaios do rancho] eu ia com a minha irmã para a guardar, e as outras duas que andavam aqui no Oriental guardavam-se uma à outra. (...) Mas depois era um lavarinto, porque os meus irmãos, os mais velhos, não queriam que elas andassem no rancho. (...) antigamente era assim. Os irmãos, os mais velhos tinham a mania que mandavam nas irmãs mais novas. (...) Eu, se saísse com o meu marido [quando namoravam] para ir a casa da irmã lá abaixo ao [Bairro do] Rodrigo, eu tinha que levar um sobrinho meu a acompanhar-me. Era um tabu muito grande. Não se podia entrar num carro. Às vezes podia haver uma pessoa, um colega que desse uma boleia...Oh,

já estava! Já estava tudo perdido.
(Ilda, Covilhã)

Existia, portanto, um sistema de territórios e uma rede de vigilância preventiva, numa espécie de censura prévia sobre as práticas do social. E é face a este sistema territorial extremamente marcado pelo género que a emergência da rádio nas décadas de 30 e 40, e da televisão nos anos 50 e 60, vem impulsionar uma certa frequência de espaços não-domésticos e algumas formas de receção coletiva face à dificuldade de as famílias adquirirem os seus próprios aparelhos. É claro que a receção mediática fora de casa não desfez o sistema de territórios e vigilâncias, mas proporcionou novas circunstâncias e matizes.

As memórias dessa receção possibilitam-nos apreciar as práticas em torno dos *media* a partir do sentido nelas investido pelos sujeitos. Todas as ações empreendidas pelos indivíduos com os *media* são “práticas significantes” e, dessa forma, a introdução de novos *media* no quotidiano vem inscrever-se num sistema de significações em que a dimensão de género também está presente. Concentramo-

-nos, para já, nas memórias que dão conta das circunstâncias concretas da receção e das relações entre os membros da audiência. É essa dimensão – mais do que a significação dos textos – que dá a ver a relação dos géneros com os espaços sociais e as suas práticas.

Havia sociedades ao domingo, ou assim. Havia bailes... Eu acho que era mais os homens que andavam assim, mais a rapaziada. Os homens é que iam jogar às cartas, iam ouvir aqueles radiozinhos. (Aida, Lisboa)

O meu pai ia ver a televisão, a guerra do Vietname e tudo mais, antigamente – eu ainda lá em casa –, mas no café. Às mulheres era proibido entrarem lá. (Joana, Covilhã)

Naquela altura [as mulheres] sentavam-se muito às portas a conversar umas com as outras. Ou umas a fazer... Olhe, umas a catar os filhos, outras a comerem caracóis... (...) Então à tardinha, era o ponto de encontro, era assim,

sentadinhas. Ao domingo, as raparigas vestiam-se muito benzinho, passava um homem com umas cangalhas com tremoços, outras com pevides, outras com amendoins, e elas compravam e sentavam-se à porta [onde escutavam rádio]. (Miquelina, Lisboa)

Os *media* são inseridos nas concessões do legítimo e do ilegítimo consoante os espaços e os tempos, ficando a receção feminina condicionada pelo que as próprias mulheres interiorizavam como circunstâncias proibidas (os espaços não-domésticos frequentados por homens) ou como permitidas (a escuta coletiva de rádio à porta de casa durante o dia).

Neste contexto, o que se verifica com a receção feminina quando surge a televisão é a criação de circunstâncias para uma certa evasão do espaço doméstico, capazes de neutralizar a desaprovação e diluir as linhas de marcação instauradas pela censura social. Essas circunstâncias apresentam variantes: a formação de espaços e tempos sexualizados e mais ou menos separados no interior das instituições; a ação coletiva em

momentos excecionais; o desenvolver de práticas de mutualidade feminina que as autorizam a deixar o lar em horas habitualmente reprovadas.

[Na associação] A sala era separada. A televisão era de um lado e depois o bar era... Quem queria ir ao bar, ia, quem não queria sentava-se logo ali e via. (E a senhora costumava ir ao bar?) A gente tinha pouco o hábito de ir ao café. Naquela altura... Não, era mais os homens. Senhoras era muito raro. Era, antigamente a gente não ia. (Mesmo ali com a televisão ao lado, era só os homens que iam?) Não, era muito raro a gente ir. Íamos mais só para ver assim essas coisas. De resto, não tínhamos o hábito de ir ao bar. (Rute, Covilhã)

Lembro-me de ver o Papa quando veio a Fátima... Como é que se chamava? João Paulo I. Quando veio a Fátima, as tabernas eram das mulheres nesse dia. Estava tudo na taberna. (Aida, Covilhã)

A minha irmã, depois, quando começaram a aparecer as televisões, ela comprou a televisão... Era muito engraçado. Como... Não sei se foi a primeira, se foi a segunda a ter televisão [no bairro]. Sabe o que é que nós fazíamos? Depois de jantar, a garotada e mulheres casadas, íamos para casa da minha irmã. (Ilda, Covilhã)

Para serem vividos pelas mulheres, os espaços fora de casa (o clube, a taberna, a vizinhança) têm de ser adaptados de forma que o feminino deixe de ser um objeto vulnerável ao olhar e que lhe permita contornar certos interditos. Sem enfrentarem nem contestarem o sistema de normas e proibições, estes movimentos táticos inscritos na especificidade concreta do quotidiano, fazem mover um pouco as linhas de demarcação dos territórios de género, relativizando-os naquelas circunstâncias.

O espaço doméstico

As práticas culturais não são apenas ações embebidas num conjunto de normas impostas sobre mulheres e homens, mas também são instâncias

de produção de feminilidade e de masculinidade. É nessa construção dos géneros que se pode entender a rigorosa divisão de papéis entre homens e mulheres que durante o Estado Novo configurava o espaço da casa. A interdição de o homem desempenhar tarefas domésticas seria acima de tudo um interdito à aproximação de papéis, cujo mecanismo censório era precisamente o da *censura ao homem efeminado*.

As tarefas eram todas para as mulheres, não eram para os homens. E naquele tempo, se os homens fizessem essas coisas, eram maricas. E eles não queriam ser maricas! (Ilda, Covilhã)

A minha sogra, se visse o filho levantar um prato dava-lhe um fanico! (Cristina, Lisboa)

Censurado pela ordem simbólica de desempenhar qualquer trabalho doméstico, o homem tem no tempo que passa em casa um “tempo vazio”, que resta preencher com alguma forma de ocupação. A receção masculina dos *media*, que fora de casa se associa

aos espaços de convivialidade pública, articula-se pois, no espaço doméstico, com o repouso e o tempo livre.

([O seu pai] fazia alguma coisa enquanto estava a ouvir?) Não, não fazia nada. Dantes os homens não faziam nada (...) em casa. Estava, faça de conta, aqui a rádio em cima de uma mesinha, e ele sentava-se assim ao lado e punha assim a mão, e pronto, ali estava a ouvir [exemplifica o pai a ouvir, sentado de lado a uma mesa onde estava o rádio, com um cotovelo apoiado e a mão a amparar a cabeça]. (Maria, Covilhã)

Mas associar o descanso à receção mediática é mais do que uma mera prerrogativa masculina. É a não fazer nenhum trabalho doméstico que alguém se torna homem; é a sair para a taberna ou para o café após o jantar que a constituição e a afirmação de masculinidade se faz no quadro familiar das classes populares. Sentar-se na sala exclusivamente a ouvir rádio vem constituir-se não só como uma prática permitida aos homens, mas como mais

um desempenho em que o homem performatiza a sua masculinidade dentro das categorias binárias e opostas homem-mulher, marcando a diferença para com a esposa e as filhas que fazem a ‘lida da casa’.

Numa ordem patriarcal, tanto as normas que se exercem sobre a feminilidade, como as que se exercem sobre a masculinidade incluem mecanismos de censura que se abatem sobre gestos e atitudes de ambos os sexos, mas isso não equivale a dizer que o masculino e o feminino são lugares simétricos de constrangimento social.

Para as mulheres, a receção de rádio ou televisão no Estado Novo vem articular-se com a *censura interiorizada à dona de casa desmazelada*. Para além da dimensão de poder que sustenta a desigualdade no trabalho doméstico, está presente uma perceção da desaprovação social que para algumas mulheres (sobretudo as de classes populares) representaria dedicar tempo doméstico ao lazer. Se a masculinidade era constrangida ao ócio em casa, a feminilidade era, pelo contrário, coagida a um desempenho contínuo do papel de dona de casa:

Bordava, cosia meias, aprendi a fazer meias com cinco agulhas, fazíamos tudo, tudo, tudo. Camisinhas de dormir e tudo. (...) Que antigamente não havia como há hoje. (...) À noite, quando a telefonia dava uma coisa para as pessoas rirem, não distraía os dedos, nem os olhos do que estávamos a fazer. (Maria Emília, Lisboa)

A gente nunca se sentava a ouvir rádio. Não é como hoje a gente sentar-se a ver a televisão. Não. (...) As pessoas andavam a fazer a vida e o rádio a tocar e ouvia-se. (Maria, Covilhã)

O serão passou a ser telejornais... mais ou menos, porque os homens interessavam-se muito por isso, não é, enquanto as mulheres arrumavam a cozinha. Depois as mulheres sentavam-se um bocadinho. (Miquelina, Lisboa)

Mas também no quotidiano doméstico vão emergindo ocasiões para uma negociação de práticas, de papéis e de territórios que não serão alheios a uma gradual transformação dos

géneros. Assentes sobre mecanismos de censura, interditos e reprimendas – e sem combater, ou sequer refletir, sobre os seus fundamentos –, surgem práticas concretas que os amortecem, interrompem ou superam parcialmente. A audição de alguns géneros musicais, mesmo sob a censura de pais ou maridos, não deixa de ser levada a cabo e surge associada ao prazer lúdico, à compensação de restrições, ou a desejos de expressividade e autorrealização.

(Quando queria ouvir a sua música, ele não a queria deixar?) Ah, pois não, isso não... (...) Não gostava. Não gostava porque ele dizia: «És mesmo uma palhaça! Andas sempre aí...». «Oh, então o que é que queres? Eu não tenho mais que fazer, não me divirto em lado nenhum, eu não saio... Olha, ao menos deixa-me andar.» Ali mesmo em casa, não... ninguém estava triste. (Amélia, Covilhã)

O meu padrinho tinha uma pequena biblioteca e havia uma parte em que nós não podíamos tocar.

(...) Mas havia só restrições na leitura, na rádio não. (...) Estava na sala, e ele não punha qualquer limitação. A não ser, quando ele queria ouvir, ninguém mais podia ouvir. (...) Eu tinha uma prima muito dotada para o canto, mas o meu padrinho não deixou que ela aprendesse canto porque era uma carreira imprópria para uma menina decente. A carreira de uma menina decente era casar (...) Como ela gostava muito de cantar, e cantava muito bem, ela ligava a rádio, quer dizer, quando o pai não estava, para ouvir canções que nós gostávamos muito de ouvir, a minha madrinha, eu e as minhas outras primas. (Cristina, Lisboa)

No interior de uma norma de abdição feminina, em que a mulher era compelida a existir em função de outros, a música radiofónica pode ser acompanhada por ditames de reprovação moral, mas também permite instalar tempos de fruição própria, mais ou menos intersticiais ou negociados consoante as circunstâncias do quotidiano.

Mas o principal objeto do sistema de vigilâncias e desaprovações a que vimos chamando censura social era o corpo feminino. Fora do espaço doméstico, vimos existir um conjunto de interdições que se entrelaçam com os lazeres – bailes, marchas, idas a associações de bairro, missa – e nesse contexto multifacetado constituiu-se um complexo sistema de práticas que, sendo fortemente opressor, não é contudo uniforme nem totalitário, mas que, mais uma vez, se caracteriza pela coexistência de disposições hegemónicas e de “táticas” anti disciplinares nos detalhes do quotidiano (Certeau, 1990).

Neste âmbito, a publicidade comercial a cosméticos e produtos de beleza nos *media* fornece um ponto de articulação de intrincadas formas de gerir o corpo, os espaços de visibilidade e as relações com o poder masculino. A propósito desses anúncios publicitários, Ilda articula memórias do que hoje identifica como “tabus” ditados quer pelos maridos quer por mulheres mais velhas, autênticas formas de censura sobre as aparições do corpo feminino em público; mas também rememora o acesso a

cosméticos de contrabando e as idas à missa como ocasiões de “ vaidade”, em que a impossibilidade de ir à igreja de rosto descoberto se transmutava numa exibição dos véus mais belos.

A gente não podíamos pintar os olhos, que ficava mal. Era um tabu muito grande. Nem unhas, nem lábios, nem nada. Eu só depois de casada é que comecei assim a pintar os lábios, porque antigamente era o tal tabu e esta coisa das mais velhas quererem mandar nas mais novas. (Ilda, Covilhã)

O mais relevante acerca da censura social que no Estado Novo se exercia sobre o corpo feminino seriam as nuances da exposição, o trabalho de ocultação e apresentação, trabalho sobre o visível e a sua ambiguidade no seio de uma economia simbólica que coloca a mulher como objeto do olhar masculino e elemento axial do seu *status*, mas que as mulheres procuram *bricolar* no quotidiano e onde a publicidade a produtos de beleza nos *media* vai promovendo novos patamares de trabalho simbólico da apresentação de um certo feminino.

Exercícios da censura simbólica

Uma parte das ‘mensagens’ veiculadas pelos *media* do Estado Novo transportavam, no plano simbólico, uma carga censória em relação a um conjunto de comportamentos, nomeadamente em relação a modelos de feminilidade que se queria proscritos da sociedade portuguesa. Os programas mais populares seriam um veículo privilegiado para apontar as personagens femininas negativas (ou traços negativos eventualmente redimíveis). Um género mediático adequado à exposição diária desses defeitos de feminilidade era a novela por episódios, capaz de oferecer à audiência uma ocasião quotidiana para exercitar reiteradamente a sua desaprovação simbólica.

O maior fenómeno de popularidade mediática na década de 1950 em Portugal terá sido precisamente um folhetim radiofónico, “A Força do Destino”, difundido em 1955 e reapropriado pelas audiências como “a coxinha do Tide”.

A minha mãe não era muito de ouvir folhetins, coitadinha, ela tinha sempre muito trabalho conosco

e estar ao tanque a lavar, estar a fazer um alguidar com lixívia, outro alguidar para passar a roupa... E então ela não ouvia, mas eu, às vezes, como era pequena, ia para a varanda, estava um bocadinho na varanda, e ouvia as senhoras falar, “vai começar o Tide, vai começar”. (...) Até ouvia a música quando começava a dar o folhetim, e ouvia as vizinhas “ai, vai começar o Tide, vai começar o Tide”! (Manuela, Lisboa)

Nessa altura havia o rádio-teatro, que era a Coxinha... Aquilo dava sempre às duas e meia, e depois as pessoas, ainda me lembro ali no bairro, elas: porque assim, porque a Coxinha, porque este, casa com aquele, ou não casa (...) Aquilo era uma loucura! (...) E depois o outro apaixonou-se, a outra era má, não queria que ele fosse prá Coxinha. Era assim, essas coisas, esses enredos. (Irene, Lisboa)

A narrativa desta novela radiofónica, transmitida em cerca de 300 episódios de 15 minutos diários pela Rádio Graça e pelo Rádio Clube Português,

assentava precisamente no confronto de dois polos de feminilidade, a má e a boazinha. O enredo associava à personagem negativa, e à perfídia das suas ações, uma mulher egoísta, ambiciosa, amante de luxos e que abdica de ter filhos, por contraposição à personagem positiva, mulher discreta, humilde e estoica (a “coxinha”) que se aproxima de um arquétipo de “gata borralheira” e no final, mas apenas por um golpe do destino, é recompensada com o casamento merecido (Vilar, 2008).

A narrativa proporciona terreno à desaprovação reiterada e a força da censura simbólica sobre a personagem negativa parece ter sido coletivamente exercitada, de forma que a atriz chegou a ter de fugir de um grupo de mulheres ameaçadoras (*Idem, ibidem*, p. 119). O processo continuado de desaprovação partilhada, principalmente entre as audiências femininas, aponta para o papel da censura simbólica como mecanismo fixador de sentidos da feminilidade, como marcador estigmatizante de determinados traços sociais censurados à mulher, e concomitantemente, como contribuindo também para a fixação de um modelo de boa feminilidade.

Perante o caráter flutuante da geração de significados, o sistema de censuras e prescrições ativo em torno dos papéis de género no Estado Novo pode ser visto precisamente como um complexo mecanismo cultural de fixação de sentidos, uma “tecnologia” de fazer géneros (Lauretis, 1987). O fornecer de formas simbólicas pelos media regularmente consumidas nas próprias casas introduz uma dimensão ritual nas performances de género, na significação e na confirmação do que é o feminino. A memória de outra novela por episódios faz emergir esse caráter de performance de género no seio de uma família:

Lembro-me de uma [radionovela] que era de uma cigana. (...) Lembro-me da minha sogra, nós estarmos a comer, e a minha sogra, entre a porta da cozinha e da salita, com o aventalito, a chorar. E a ouvir aquilo. E o meu sogro dizia assim: «Já te vou buscar o lençol da cama.» E ela, então, ainda chorava mais [ri]. (...) Era uma história de uma cigana que tinha sido roubada aos pais, portanto, em bebé, em pequenita,

foi roubada aos pais, e depois ela andava a pedir para os ciganos, e lembro-me que se ouvia o chiar da carroça, eles a falarem como os ciganos, a miúda a chorar porque não queria ir para onde eles às vezes a mandavam. Lembro-me disso. E a minha sogra a ouvir. Palavra de honra, eu lembro-me que às vezes o meu sogro dizia: «Se não chega o avental, eu vou-te buscar um lençol». (Aida, Covilhã)

A radionovela é aqui recordada como prática de receção dual no seio da família. Nela se sublinha a emotividade feminina, a instável fraqueza do “sexo fraco”, mas, ao mesmo tempo, se lhe dá ocasião para ser praticada, para ser objeto de uma performance ritualizada. A própria narrativa da novela apela ao coração da feminilidade fixada como dominante: a estória em que se oferece à audiência feminina uma posição de rutura com os laços da maternidade, através do rapto de uma criança por um grupo estigmatizado e a sua errância pelo mundo, em carroças a chiar, sem lar, nem Deus, nem pátria, nem família.

Mas a ambivalência, deste exemplo reside precisamente na sua vertente de censura. Ao mesmo tempo que sublinha a “natureza sentimental” do ser feminino, o olhar masculino é encarregado de transportar uma carga censória, *ao mesmo tempo um reconhecimento e uma crítica*, um ato de fala que de uma só vez incentiva e deprecia, que sanciona e legitima a performance da emoção feminina, mas vinca o seu estatuto diferente numa ordem social dirigida pelo autodomínio e pela razão performatizados pelo masculino.

Conclusão

A atenção que damos a práticas censórias geradas no seio da própria audiência está longe de proporcionar um alibi à censura do aparelho de Estado salazarista e à sua ação constante e efetivamente repressiva, assim como se afasta de uma visão ‘colaboracionista’ que iluda o facto de a autocensura e a vigilância ‘popular’ também serem elas próprias, pelo menos em parte, resultado da arquitetura censória oficial, com a sua disseminação de informadores

e as suas penetrações nos territórios do social e do moral, que “inculcava uma visão do mundo e da vida filtrada pelos olhos e ouvidos dos censores” (Cabrera, 2013: 9).

Não se trata tão pouco de ensaiar uma abordagem “populista”, tendente a celebrar o poder que existiria do lado das audiências e os modos de receção “resistentes” e sagazes face à censura. Trata-se, antes, de tentar perceber determinadas práticas de inibição e condenação, ligadas ao género e à receção mediática, que coexistiriam com a censura e a repressão oficiais da ditadura e que, mais do que dispensá-la, a complementariam.

A nossa revisitação da ditadura dá a ver como os modos de receção da rádio e da televisão configuravam uma adaptação dos então novos *media* a regimes censórios profundamente interiorizados no que respeita aos papéis de género. Vimos como no âmbito da receção mediática as censuras patriarcais de cariz social e simbólico desempenharam um papel de significação e fixação de normas, cujo mecanismo fundamental era o da reiteração quotidiana e naturalizada.

Um regime ‘preventivo’ contra a subversão dos papéis e a flexibilização das fronteiras de género emerge nas memórias de uma receção sexualmente inscrita nos tempos domésticos ou nos espaços públicos, assim como na repressão simbólica de feminilidades desenquadradas da ordem hegemónica, mau grado as táticas de negociação que vão despontando também nas circunstâncias do quotidiano.

Este vislumbre das práticas de receção permite-nos ver como a articulação dos *media* com as práticas quotidianas configura formas de “censura baseada no género” cujo entendimento é importante para a história das mulheres e, assim, para a sua identidade e emancipação.

BIBLIOGRAFIA

- Armitage, S. H. & Gluck, S. B. (2008). Reflections on woman’s oral history: An exchange. In R. Perks & A. Thomson *The Oral History Reader*. London: Routledge, 73-82.
- Azevedo, C. (1999). *A Censura de Salazar e Marcelo Caetano*. Lisboa: Caminho.
- Belo, M, Alão, A. P. & Cabral, I. N. (1987). O Estado Novo e as mulheres. In AA. VV. *O Estado Novo: das origens ao fim da autarcia (1926-1959)*, vol. II (pp. 263-278). Lisboa: Fragmentos.
- Bourdieu, P. (1999). *A Dominação Masculina*. Oeiras: Celta.
- Bourdon, J. (2003). Some Sense Time: Remembering Television. *History and Memory*, 15(2), 5-35.
- Cabrera, A. (2013). Repressão vs. expressão: censura às artes e periódicos. *Media & Jornalismo*, 12(1), 7-11.
- Cádima, R. (1996). *Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa*. Lisboa: Presença.
- Cova, A. & Pinto, A. C. (2002). Women under Salazar’s Dictatorship. *Portuguese Journal of Social Science*, 1(2), 129-146.
- Certeau, M. (1990). *L’invention du quotidien: 1. arts de faire*. Paris: Gallimard.
- Correia, F. & Baptista, C. (2010). *Memórias Vivas do Jornalismo*. Lisboa: Caminho.
- Forgacs, D. (1999). (ed.) *A Gramsci Reader: selected writings 1916-1935*. Londres. Lawrence and Wishart.
- Keightley, E. (2011). From Dynasty to Songs of Praise: Television as

- cultural resource for gendering remembering. *European Journal of Cultural Studies*. 14(4), 395-410.
- Keightley, E. & Pickering, M. (2012). *The Mnemonic Imagination: Remembering as Creative Practice*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Kuhn, A. (2002). Memory texts and memory work: Performances of memory in and with visual media. *Memory Studies*, 3(4), 298-313.
- Lauretis, T. de (1987). *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction*. Bloomington: Indiana University Press.
- Monteiro, T. L. & Policarpo, V. (2011). *Media e entretenimento*. In J. Matoso *História da Vida Privada: Os Nossos Dias* (pp. 308-339). Lisboa: Círculo de Leitores.
- Olick, J. K. & Robbins J. (1998). From «Collective Memory» to the Historical Sociology of Mnemonic Practices. *Annual Review of Sociology*, 24, 105-40.
- Príncipe, C. (1994). *Os Segredos da Censura*. Lisboa: Caminho.
- Putnam, T. (1994). Regimes of closure: The representation of cultural process in domestic consumption. In R. Silverstone & E. Hirsch (eds.) *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces* (pp. 195-206). Londres: Routledge.
- Reus, T. G. & Usandizaga, A. (2008). *Inside Out*. Amsterdam, New York: Rodopi.
- Santos, M. H. C. (1987). Do outro lado do Estado Novo. In AA. VV. *O Estado Novo: das origens ao fim da autarquia (1926-1959)*, vol. II. Lisboa: Fragmentos.
- Santos, R. (2005). *As Vozes da Rádio, 1924-1939*. Lisboa: Caminho.
- Stacey, J. (1994). *Star Gazing: Hollywood Cinema and Female Spectatorship*. Londres: Routledge.
- Torgal, L. R. (2009). «A radiofonia ao serviço do Estado»: Os inícios da Emissora Nacional. In *Estados Novos Estado Novo*, vol. 2 (pp. 149-173). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Vilar, E. (2008). A Força do Destino: o folhetim do Tide. In AA. VV. *Os Anos de Salazar, vol. 12* (pp. 111-119). Lisboa: Planeta De Agostini.

Recensões Críticas

Recensão Crítica

Barker, M.-J., Gill, R. & Harvey, L. (2018). *Mediated Intimacy: Sex Advice in Media Culture*. Cambridge: Polity Press (312 pp.).

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_14

Nos últimos anos, os debates sobre a sexualização da cultura fizeram emergir novas interrogações e velhas tensões acerca do potencial emancipador dos *media*. Em que medida estará a paisagem mediática hipersaturada de sexo a democratizar o discurso sexual? Até que ponto favorecerá a aceitação de modelos não-normativos de sexualidade? Quais os efeitos da reiterada erotização dos corpos dos indivíduos na vida das pessoas? Quais as implicações sociais do que Brian McNair (2002) apelidou de “cultura de *striptease*”? Estas são algumas das questões que atravessam os debates sobre o fenómeno da sexualização na cultura mediática contemporânea, com frequência polarizados em duas visões distintas acerca do papel dos *media*: as apocalípticas e as otimistas. Em *Mediated Intimacy: Sex Advice in Media Culture* (Intimidade Mediada: Aconselhamento sexual na Cultura dos *Media*), Meg-John Barker, Rosalind Gill, Laura Harvey desafiam e complexificam a leitura dicotómica prevalecte da cultura mediática, ao oferecerem uma análise menos preocupada em julgar do que em mapear e compreender as práticas

que configuram a sexualização e as relações de poder envolvidas nesse processo.

A análise desenvolvida é também estimulante por utilizar uma perspectiva pouco explorada para interrogar as práticas de sexualização. As autoras – todas académicas com trabalho internacional de relevo na área dos *media*, género e sexualidade – analisam estas práticas à luz de um conceito particular: “intimidade mediada”. Desenvolvido por Rosalind Gill em trabalhos prévios (ex. Gill, 2009), “intimidade mediada” refere-se às formas como os discursos sobre a intimidade, mais especificamente sobre o sexo e os relacionamentos sexuais, são mediados em diversos contextos mediáticos, particularmente através de formas de “*sexpertise*”, isto é, de aconselhamento especializado em sexo e sexualidade. Dirigindo a atenção para um leque diversificado de formas de “*sexpertise*”, da literatura de autoajuda às revistas de *lifestyle*, passando por programas televisivos e ambientes digitais, Barker, Gill e Harvey interrogam não a natureza moral desses textos, mas as suas implicações no modo como vivemos e experienciamos

a intimidade. O seu objetivo é precisamente interpelar

o habitat cultural mais amplo das imagens, ideias e discursos sobre intimidade que circulam através e por meio dos *media*: os ‘finais felizes’ das comédias românticas; as ‘doses de dinheiro’ da pornografia; a coscuvilhice de celebridades sobre quem está a andar com quem, quem está a ‘trair’ quem, e quem é que se mostra ‘sexy’; a televisão de *lifestyle* sobre ‘corpos embaraçosos’ ou ‘insuportáveis’; os artigos de imprensa sobre como ter um ‘bom’ divórcio ou ‘dez coisas que não deverão ser ditas num primeiro encontro’; ou a nova aplicação de *smartphone* que nos incita a quantificar e a avaliar as nossas vidas sexuais, etc. Isto constitui o que é ‘tomado como garantido’ das compreensões quotidianas da intimidade e ocupa o coração deste livro. (p. 1)

A sua interpelação é encaminhada tanto para os *media mainstream* como para os espaços alternativos, tais como sites, blogs e aplicações móveis.

Prestando idêntica atenção ao que é obscurecido e iluminado e mostrando como ambas as performances são indissociáveis do gênero e de outras particularidades distintas que com ele se intersejam e afetam a valorização social dos indivíduos, as autoras mapeiam os padrões predominantes no discurso e os sinais e forças contra-hegemônicas. Que tipo de construções do sexo permeiam a cultura mediática e como são enquadrados nessas construções o consentimento, a coerção e a violência? Quem e o que é retratado como *normal* nessas representações? Quais são os corpos considerados como fontes de prazer e desejo e quais não logram sê-lo? Que operações de poder e interseções entre sistemas de privilégio podem ser identificadas na cultura altamente sexualidade dos *media*? Estas são algumas das questões debatidas ao longo do livro tendo por base as realidades empíricas estudadas.

Organizado por temas, *Mediated Intimacy* desdobra-se em nove capítulos. No primeiro, titulado com o nome do livro, as autoras discutem a partir da teoria social, feminista e *queer* as transformações sofridas pela

intimidade na cultura ocidental do pós-guerra e apresentam os conceitos-chave e a estrutura argumentativa da obra. O segundo é dedicado à “História do aconselhamento sexual mediado” (“History of mediated sex advice”); o terceiro ao tema “Gênero, sexualidade e o corpo nos *media*” (“Gender, sexuality and the body in the media”); o quarto à temática “Ser normal” (“Being normal”); o quinto à relação “Trabalho e empreendedorismo” (“Work and entrepreneurship”); o sexto reflete sobre o “Prazer” (“Pleasure”); o sétimo sobre “Segurança e risco” (“Safety and risk”); o oitavo explora a questão da “Comunicação e consentimento” (“Communication and consent”); o nono e último capítulo contém as conclusões deste trabalho sobre a mediação e as transformações contemporâneas da intimidade.

Para a compreensão da generalidade destas partes, em geral orientadas para a superação de determinadas fronteiras epistemológicas, é fundamental a leitura do primeiro capítulo, cuja discussão coloca em relevo e descreve os conceitos e contextos considerados nucleares para a compreensão dos argumentos defendidos. Um

desses contextos é o neoliberalismo. Dele se ocupam em detalhe as autoras, recorrendo ao pensamento filosófico-político que tem preterido a tradução do fenômeno numa fase avançada do capitalismo contemporâneo, marcada pela privatização, de-regulação e emagrecimento do Estado, em favor do seu reconhecimento como uma poderosa força ideológica que outorga ao Estado e aos mercados novos papéis e aos indivíduos novas concepções de vida humana. Entre elas, o individualismo compulsório e a procura do sentido da existência através dos discursos da liberdade, autonomia e escolha. Este é o quadro em que é inscrita a mediação do sexo e das relações íntimas. O liberalismo:

[e]stá implicado na vida social e cultural e constitui uma característica cada vez mais reconhecida da paisagem mediática – vista no predomínio das ideias de ‘autoajuda’, na ênfase colocada na autotransformação (quer de casas, jardins, estilos parentais ou etiqueta de encontros), no que ficou conhecido como o ‘paradigma de transformação’ dos *media*, assim

como no repetido foco no empreendedorismo. (p. 9)

O pós-feminismo é outro conceito nuclear da obra. Recorrendo ao sentido que o pós-feminismo adquiriu no trabalho de Gill (2007), como uma “sensibilidade” que caracteriza a vida cultural contemporânea, e refletindo sobre diferentes conceptualizações do termo, que carece, sustentam, de crítica e desconstrução, as autoras discutem a poderosa força reguladora do pós-feminismo. Para alguma investigação, incluindo para Gill (2017), o pós-feminismo pode ser situado no plano do “neoliberalismo genderizado”, atendendo ao modo diferenciado como os sujeitos são instados a cultivar os papéis tidos como apropriados para vingar na sociedade neoliberal. É também dessa panóplia de ideias e discursos que configuram o senso-comum contemporâneo que se ocupa a investigação publicada.

Por fim, cabe realçar que, trazendo à colação um retrato multifacetado do sexo e da intimidade, produzido por uma pluralidade de *media*, *Mediated Intimacy* vem enriquecer os estudos da sexualização da cultura.

Simultaneamente, vem reorientar o debate acerca do potencial nefasto da pornografia – e de outros produtos mediáticos equiparados – para a mais complexa discussão sobre as implicações da naturalização de discursos sobre o sexo e a intimidade sexual na vida quotidiana das pessoas.

REFERÊNCIAS

- Gill, R. (2007). *Gender and the Media*. Cambridge: Polity press.
- McNair, B. (2002). (ed.) *Striptease Culture: Sex, Media and the Democratization of Desire*. London: Routledge.
- Gill, R. (2009). Supersexualize Me! Advertising, (Post)feminism and ‘the Midriffs’. In F. B. Attwood (ed.) *Mainstreaming Sex: The Sexualization of Culture* (pp. 93-109). London, New York: I. B. Tauris.
- Gill, R. (2017). The affective, cultural and psychic life of postfeminism: a postfeminist sensibility 10 years on. *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), 606-626.

Recensão Crítica

Reis, C. (2016). (coord.) *Dicionário de Personagens da Ficção Portuguesa*. Coimbra: CLP/FCT (obra em linha: <http://dp.uc.pt/>).

https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_15

Em 2012, tinha início no Centro de Literatura Portuguesa da Universidade de Coimbra o projeto *Figuras da Ficção*, coordenado por Carlos Reis, que se apresentava com o propósito de estudar a personagem ficcional, como categoria fundamental do discurso literário e especificamente dos textos narrativos ficcionais, com vista à construção de um dicionário de personagens. Decorridos cinco anos de trabalhos, ao longo dos quais se multiplicaram colóquios, seminários, reuniões de trabalho sistemáticas, cujos resultados foram sendo publicados, a obra é apresentada ao público. Trata-se do *Dicionário de Personagens da Ficção Portuguesa* (DPFP), obra online, de acesso livre e em regime aberto, alojada no domínio uc (<http://dp.uc.pt/>), que aqui se apresenta.

Dada a sua natureza em linha, a sua complexidade e o facto de ser o resultado extensivo de um projeto ainda em curso, esta é uma obra aberta e em desenvolvimento, longe, portanto, de estar terminada. No momento, conta com a colaboração de 35 investigadores, coordenados por Carlos Reis, de perfis, nacionalidades e

especialidades diversificadas: desde jovens membros em formação – que completam as suas dissertações de mestrado ou teses de doutoramento – a investigadores seniores ou bolseiros de pós-doutoramento, portugueses e brasileiros. Trata-se, portanto, de uma equipa multifacetada, multidisciplinar – embora a maioria dos seus elementos seja especializada em literatura portuguesa, existem no grupo especialistas em *media studies*, estudos coloniais – e, essencialmente, muito coesa. Quase todos os seus membros acompanham desde o início as reuniões de trabalho do projeto *Figuras da Ficção* e têm dedicado a este domínio boa parte da sua investigação recente. Aliás, dentro do DPFP, na secção “Apresentação” – uma das cinco que estruturam a obra – pode consultar-se o perfil de cada um destes investigadores, e em “Recursos” está elencada e disponível não apenas a sua produção essencial sobre esta temática (cerca de 90 títulos), bem como um conjunto considerável de teses de mestrado e doutoramento concluídas recentemente sobre temas contíguos a este projeto.

Os 45 verbetes até ao momento (setembro de 2017) disponibilizados

– que constituem o coração do DPFP e que estão integrados na secção “Conteúdos” – trabalham personagens de 16 ficcionistas do século XIX, oferecendo ao leitor/usuário um conjunto circunstanciado de informações que lhe permitem ficar com uma ideia muito clara sobre cada uma das figuras apresentadas: caracterização, procedimentos retórico-narrativos que servem a sua figuração, modos de integração na ação narrativa, aspetos da sua dinâmica interna, propriedades significantes da sua composição, importância na narrativa que integram, relações dialogantes com o período literário, etc. Da meia centena de personagens dicionarizadas, encontram-se desde as figuras das grandes narrativas de oitocentos, como Joaquina e Carlos de *Viagens na Minha Terra* ou Afonso da Maia e Ega de *Os Maias*, até personagens menos conhecidas como João da Graça de *Três Cadáveres* de Fialho de Almeida ou Adelina de *Margarida* de Júlio Lourenço Pinto.

Como em qualquer processo de dicionarização, o trabalho de seleção e delimitação do *corpus* – desde a escolha do arco temporal, até à seleção das figuras a trabalhar – é

um processo sensível, aqui, contudo, bem justificado e fundamentado. Aliás, no texto de apresentação da obra, explica-se a dimensão seletiva do *corpus* precisamente em função da sua “dimensão exegética, com certo índice de problematização das matérias contempladas”. Já no que respeita ao lapso diacrónico – séculos XIX, XX e XXI – justifica-se a sua incidência por ser o “tempo de maturação e de consolidação do romance como género narrativo em que se aprofundam as virtualidades semântico-pragmáticas da personagem”. Promete-se, por outro lado, em fase posterior, numa futura versão alargada da obra, complementar o elenco de figuras trabalhadas com outras de menor visibilidade e até com a introdução de conceitos e categorias de outra natureza (géneros, períodos, tipos com representatividade na ficção portuguesa, etc.).

Todos os verbetes têm, como é característico numa obra desta natureza, uma forte componente descritiva, superada e complementada com crítica, problematização e aprofundamento de matérias. As entradas, embora escritas por diversos autores, obedecem a um guião próprio, fruto de aturado

processo de reflexão e discussão acerca de conceitos, estratégias e dominantes que estão na base do ‘fazer personagem’. Assim se compreende que todos os verbetes disponibilizados até ao momento revelem uma clara uniformidade de procedimentos metodológicos e formais: textos breves, entre as 1500 e as 3000 palavras, claros, mas suficientemente completos e, sobretudo, rigorosos.

A obra constrói-se na articulação de quatro grandes linhas de desenvolvimento, como é explicitado na circunstanciada apresentação: i) a personagem, enquanto categoria narrativa que tem conhecido, nas duas últimas décadas, uma atenção redobrada; ii) a literatura portuguesa, de onde se recortou o *corpus* de trabalho; iii) a história literária, pois um dos critérios de seleção do elenco de personagens a dicionarizar obrigou a um recorte diacrónico que cobre essencialmente a época moderna e contemporânea; iv) finalmente, os Estudos Narrativos, campo interdisciplinar em franco desenvolvimento desde o final da década de 90 do século passado, que oferece o aparato teórico e a base metodológica de leitura e análise, possibilitando

ainda não circunscrever a personagem de ficção a um domínio estritamente literário, mas contemplando também a sua sobrevida¹ noutros contextos mediáticos, como os videojogos, a televisão, o cinema, a pintura ou o teatro.

Tratando-se de uma obra online, que obedece à lógica hipertextual – abertura, interatividade e intertextualidade – cada uma destas entradas oferece um considerável número de hiperligações – internas e externas – que possibilitam o acesso a informações complementares: desde leituras extensivas, com informações de relevância histórico-literária, até ao acesso a objetos multimédia que revelam a sobrevida das personagens noutros produtos ou suportes, mostrando os aproveitamentos transmediáticos destas figuras e a sua vitalidade. O verbe sobre Afonso da Maia, personagem de *Os Maias* de Eça de Queirós, é um

1 O conceito de sobrevida da personagem é deste modo definido por Calos Reis. “a vitalidade das personagens, potenciada por sucessivos atos de figuração (...) é indissociável de propósitos de ordem ética, moral e ideológica, beneficiários diretos da autonomização das ditas personagens, permitindo dilatar consideravelmente as virtualidades semântico-pragmáticas que elas encerram” (Reis, 2015, p. 36).

bom exemplo: além de conter um *link* para um breve perfil do autor – como sucede em todos os textos – contém uma hiperligação para a minissérie da Rede Globo, produzida em 2001.

Pelo que fomos aduzindo, esta obra coordenada por Carlos Reis vem preencher, decididamente, uma lacuna no contexto editorial português. Embora existam já alguns dicionários de personagens – aliás elencados nesta obra na secção “Recursos” – regra geral trata-se de obras excessivamente descritivas, sobre determinada época ou autor específico, como o *Dicionário de personagens da novela camiliana* de Maria de Lourdes Ferraz ou o *Dicionário de personagens da obra de José Saramago* de Salma Ferraz. O DPFP tem uma natureza e um alcance distintos. Trata-se de uma imprescindível base de informações sobre a ficção portuguesa da época moderna e contemporânea, que se distingue dos restantes essencialmente a dois níveis. Por um lado, o formato: a opção pelo *medium* digital e online é consentâneo não apenas com as novas formas de pesquisa e investigação, sendo de fácil acesso a qualquer leitor que domine a língua portuguesa; este formato é

também a melhor opção num trabalho em progresso, que vai acompanhando a evolução de um projeto de investigação, permitindo a introdução de correções e atualizações. Por outro lado, o alcance da obra distingue-se de outras congéneres: aborda a ficção narrativa portuguesa sob o ponto de vista de uma categoria narrativa plurissignificativa – a personagem – com repercussões na essência da narrativa, quer do ponto de vista discursivo, quer semântico e ontológico. Potencia, desse modo, o cruzamento de conceitos, de áreas disciplinares, contribuindo não só para a abertura dos estudos literários, mas também para o aprofundamento de uma área dos estudos narrativos que tem vindo a conhecer forte investimento, a do estudo da personagem.

Assim, o DPFP constitui-se doravante como um instrumento de trabalho muito útil para um público muito abrangente: desde estudantes de graduação e pós-graduação, a docentes do ensino secundário, até investigadores em formação avançada. A lógica hipertextual permite, precisamente, adequar os diversos nichos de leitores/usuários a diferentes níveis

de aprofundamento das questões. Finalmente, e este parece ser um dos elementos diferenciadores desta obra, o facto de não restringir a abordagem às personagens ao contexto literário de origem possibilita a extensão a outras práticas mediáticas, do cinema à televisão, da rádio à banda desenhada, sublinhando desse modo a atualidade de figuras que, mesmo criadas há duzentos anos, continuam a dialogar com o nosso tempo e com o nosso quotidiano.

Avaliadores dos textos submetidos mediapolis

*Adriana Bebiano
Alexandra Leandro
Álvaro Cairrão
Ana Cabrera
Ana Margarida Barreto
Berenice Gomes da Silva
Carla Baptista
Carla Cerqueira
Carla Cristina Vieira
Carla Martins
Carlos Camponez
Cláudia Álvares
Cristina Castilho
Daniel Santos Cardoso
Eduardo Zilles Borba
Fernanda Castilho
Filipa Subtil
Gil Ferreira
Gisela Gonçalves
Inês Amaral*

*Isabel Ferin Cunha
Ivone Ferreira
João Miranda
João Pissarra Esteves
Josefina de Fatima Tranquilin Silva
Juliana Mello Souza
Marisa Torres da Silva
Paula Lobo
Paulo Ribeiro Cardoso
Rita Conde
Rita de Cássia Gomes
Rosa Cabecinhas
Sandra Tuna
Sara Balonas
Sara Isabel Magalhães
Sérgio Dias Branco
Silvana Mota-Ribeiro
Sílvio Santos
Susana Wichels*

Apoios



UNIVERSIDADE DE
COIMBRA

FACULDADE
DE
LETRAS



2



C E S XXI
CENTRO DE ESTUDOS
DO SÉCULO XXI
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

FCT

Fundação para a Ciência e a Tecnologia

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CIÊNCIA

UID/HIS/00460/2013