

Nucia Alexandra Silva de Oliveira



Discutindo Gênero e Beleza

Núcia Alexandra Silva de Oliveira*

“Quando as(os) historiadores buscam encontrar as maneiras pelas quais o conceito de gênero legitima e constrói as relações sociais elas(eles) começam a compreender a natureza recíproca do gênero e da sociedade e as maneiras particulares e situadas dentro de contextos específicos, pelas quais a política constrói o gênero, e o gênero constrói a política”¹

Resumo

Este texto discute a constituição da beleza como um dos elementos definidores da feminilidade, percebendo-a, ainda, como constituinte de diferenças e hierarquias entre os gêneros.

Palavras chave: História - Beleza - Gênero

Abstract

This text discusses the constitution of beauty as one of the elements that define the feminine. We perceive it also as one of the constituents that sets up differences and hierarchies between the genders.

Keywords: History - Beauty - Gender

No primeiro exemplar da revista *Cláudia*, publicado em outubro de 1961, a propaganda do perfume *Femme* afirma: “Personalidade... Fascinação... tudo isso é mulher! Tudo isso é *Femme*! Presença marcante... lembrança inquietadora. Isso é mulher... Isso é *Femme*. *Femme* Feminino como Paris... fascinante como mulher”². É interessante observar a associação do produto

* Aluna do Programa de Pós Graduação em História da Universidade Federal de Santa Catarina. Orientadora: Prof. Dr.ª Joana Maria Pedro.

¹ SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. In: **Educação e Realidade**. Porto Alegre, 1990. P. 16

² Revista *Cláudia*. Nº. 1. Ano I - outubro de 1961. Anúncio do Perfume *Femme*. Acervo da biblioteca nacional - Rio de Janeiro.

com sua possível consumidora - “*Femme é Mulher*” - da mesma forma que o destaque da procedência do produto - “*Paris*”. Poderíamos nos perguntar... Estratégia de venda? Recurso de sedução? É possível. Entretanto, o que mais nos chama atenção, e o que gostaríamos de discutir agora, são as afirmações e associações que definem, neste anúncio, o que é uma mulher. Pois estas afirmações referentes à inquietação e ao fascínio “próprios” das mulheres, assim como outras tantas comparações que cotidianamente assistimos, têm uma história. Aliás, uma história bastante instigante, permeada de continuidades e rupturas que têm muito a discutir com as propostas dos estudos de gênero.

No trabalho que estamos realizando³ esta tem sido uma das preocupações centrais, pois temos problematizado as representações, articuladas a partir das atribuições sobre a beleza das mulheres, como parte do processo que institui as diferenças projetadas e vivenciadas pelos gêneros.

Temos percebido que, de forma geral, as representações, imagens e discursos, publicizados através da mídia, por exemplo, são consoantes com os contextos nos quais elas foram produzidas. Assim, entendemos que as estratégias discursivas e as práticas de representação dizem muito a respeito dos percursos que ainda instituem as relações hierárquicas construídas sobre homens e mulheres e vice-versa. Explicamos: as relações vividas entre homens e mulheres, e entre eles e a sociedade em que vivem, também podem ser lidas através destas representações. Sua função é múltipla. Em alguns momentos, exterioriza e torna visíveis certas atribuições, sendo, assim, um agente de sujeição. Em outros, com sua aplicação e circularidade, torna-se um interlocutor na construção das subjetividades. Em “*A História Cultural – Entre Práticas e Representações*”, Roger Chartier reflete sobre isso:

“A problemática do “*mundo como representação*”, moldado através das séries de discursos que o apreendem e o estruturam, conduz obrigatoriamente a uma reflexão sobre o modo como uma figuração desse tipo pode ser apropriada pelos leitores dos textos (ou das imagens) que dão a ver e pensar o real.”⁴

É com Chartier que pensamos o conceito de representação, bem como alguns caminhos propostos para a sua utilização. Analisamos com ele, por exemplo, como as relações de poder estão presentes no processo de definição

³ Dissertação de Mestrado orientada pela Prof^a. Dr^a. Joana Maria Pedro.

⁴ CHARTIER, Roger. *A História Cultural – Entre Práticas e Representações*. Lisboa: Difel, 1988. P. 23-24

das representações, sendo interferências no movimento que as define, “As representações do mundo social (...) são sempre determinadas pelos interesses de grupos que as forjam”⁵. Perceber estas “lutas de representação” é, para Chartier, “compreender os mecanismo pelos quais um grupo impõe, ou tenta impor, a sua concepção do mundo social, os valores que são os seus, e o seu domínio.”⁶

Pensar as representações instituídas sobre as mulheres como construções forjadas por homens não é a nossa preocupação, mesmo porque não há esta dicotomia de homens/produtores e mulheres/leitoras. Ao contrário, homens e mulheres intercalam-se, dividindo os papéis nesta encenação. Entretanto, não podemos desconsiderar que, independentemente do sexo que escreve, a mensagem enviada é aquela que responde aos interesses do grupo que a emite, mesmo que esta não seja condizente com o grupo, ou seja, que não haja uma identificação imediata.

Neste sentido, o trabalho de François Thébaud⁷ ajuda-nos a pensar como são equivocadas determinadas designações que, supostamente, têm caracterizado as mulheres ao longo do século XX. Para ela, imagens como “a garçonne, a mulher emancipada e a superwoman”⁸, assim como outras que são impostas sobre as mulheres, são ambíguas e inacessíveis à maioria delas.

É dentro desta perspectiva que temos pensado a circulação de representações publicadas na imprensa brasileira, sobretudo aquelas dedicadas às mulheres, como as revistas *Cláudia* e *Nova*, que circularam entre os anos 60 e 70. Interessa-nos observar este processo para questionar as costumeiras associações das mulheres com determinadas características tornadas públicas pela mídia. Isso porque temos percebido que estes veículos são um dos principais dispositivos por onde têm perpassado a construção e as vivências das relações entre os gêneros, pautadas na divulgação de certos valores, como a beleza, além de outros, que “enxergam” elementos essenciais à natureza feminina. São os exemplos que temos observado que nos levam a acreditar que a imprensa, em vários momentos e com diversas faces, tem contribuído para que muitos preconceitos sejam vivenciados como “verdades”.

O anúncio dos produtos Walita é uma forma de visualizar o compasso

⁵ CHARTIER. Op. Cit. p. 17

⁶ Idem. Ibdem.

⁷ THÉBAUD, Françoise. Introdução. In: *História das Mulheres no Ocidente. O Século XX* - Vol. 5 DUBY, George & PERRO, Michelle. (org). Porto: Edições Afrontamento; São Paulo: Ebradil, 1995.

⁸ A garçonne seria a imagem que definiria a mulher “produto do pós-guerra e dos anos loucos”. A mulher emancipada, seria o produto da pílula, e a superwoman, a mulher “produto do feminismo e da sociedade de consumo, capaz de se equilibrar com sucesso entre a carreira, os filhos e os amores”. THÉBAUD. Op.Cit. p. 71.

em que caminham as representações publicadas na mídia e as construções culturais sobre os gêneros. A propaganda, de 1962, aponta-nos para a forma como a mulher é percebida neste momento: a dona de casa zelosa de suas obrigações e que deve procurar desempenhá-las da forma mais prática e moderna possível.

“Marido e filhos. Café, bem cedinho. Meio dia, almoço. À noite, jantar caprichado. No meio disso tudo há tanto o que fazer. Dá tempo para tudo? Dá sim. A mulher moderna tem o conforto Walita para ajudar (...) O moderno conforto doméstico é Walita. E é indispensável para milhares de famílias brasileiras. Walita é bem fácil de comprar? Fácilimo. A senhora já tem?”

Também a leitura dos anúncios de produtos, vendidos para o cuidado com a beleza, permite-nos leituras neste mesmo caminho:

“**Beleza imperativo da mulher** – seja qual for o seu problema – pele seca, desidratada, oleosa ou flácida, poros abertos, manchas, acnes, ou celulites... **desenvolver seus encantos**, mediante maquiagem adequada, ou escolher produtos de classe para a sua toilette as especialidades da Academia France-Bell são a solução”¹⁰

Este tipo de associação mulher/casa/marido/filhos/cuidados com a beleza, em nossa perspectiva, tornam ainda mais cristalizados alguns estereótipos construídos justamente por conta das representações que circulam em nosso cotidiano e articulam o nosso imaginário.

Se nos fosse perguntado sobre quais são os nossos padrões de beleza, teríamos certamente respostas diversas e isto não seria uma surpresa. Para responder à questão possivelmente usaríamos alguns referenciais, lidos através de alguma revista que tenhamos folheado, ou através de algum filme assistido, por exemplo. Ou seja, os conceitos de beleza que temos são elaborados conforme as imagens que nos chegam às mãos e aos olhos. É, assim, algo móvel que podemos reconstruir cotidianamente. Mas outras perguntas poderiam ser feitas. A beleza é mais cobrada aos homens ou às mulheres?

⁹ Revista **Claudia**. Anúncio dos produtos Walita.- Nº 14. Ano II – novembro de 1962. Acervo da Biblioteca Nacional.

¹⁰ Revista **Claudia**. Anúncio dos produtos da Academia France- Bell.- Nº 22. Ano II – maio de 1964. Acervo da Biblioteca Nacional. Grifos nossos.

Em tempos de pesquisas interativas, este seria um debate que daria “Ibope”...

É bastante arriscado afirmar que as mulheres possivelmente ganhariam esta disputa. Mas, por que não acreditar neste pressuposto? Sim, pois é sobre os corpos femininos que assistimos ser aplicado um maior investimento. E são elas que podem admitir, pelo menos até certo ponto, que vivenciam esta “ vaidade ” de cuidar das aparências, já que para os homens, até certo tempo atrás, esta era uma “ necessidade ” negada, ou mesmo vivida secretamente... Aliás, vivenciada secretamente em algumas sociedades, pois há outros grupos que têm outras práticas que são elaboradas com significados diferentes. Naomi Wolf, em “ O Mito da Beleza ”¹¹, informa, por exemplo, que os wodaabe, povo da Nigéria, têm obsessão pela beleza masculina e que são as mulheres que detêm o poder econômico. Os homens deste grupo dedicam-se a sessões de maquiagem para participarem de concursos nos quais, utilizando trajes, pinturas e danças provocantes, são julgados pelas mulheres¹². Este exemplo serve para ratificar a idéia de que a beleza, além de uma construção cultural, também é uma aplicação vivenciada culturalmente.

Acreditamos que problematizar a construção e a aplicação de determinados códigos e valores em nosso cotidiano, é nossa forma de desnaturalizar certos conceitos. Neste sentido, a historiadora Maria Izilda S. Matos¹³ nos lembra que os estudos do cotidiano têm auxiliado para a desconstrução de muitos conceitos, assim como para o bombardeio de certas polaridades como público/privado. E estes ainda possibilitam uma multiplicidade no que diz respeito, por exemplo, às descontinuidades e às múltiplas dimensões dos assuntos eleitos para nossas pesquisas. A perspectiva de pensar as representações sobre a beleza como construções culturais de gênero nos auxilia, principalmente, quando propõe a análise das descontinuidades.

A historicidade do conceito de beleza nos tem mostrado que esta tem sido construída conforme diversos padrões: corpos magros, seios fartos, cinturas finas, formas arredondadas, pele clara, cabelos lisos, perucas, espartilhos, silicone, bronzeamento artificial... Entretanto, para além destas exigências, e aqui lembramos do anúncio citado na introdução deste trabalho, o que desperta o nosso questionamento é o entrelaçamento dos atributos físicos, sobretudo os relacionados à beleza, como essenciais à construção da

¹¹ WOLF, Naomi. *O mito da Beleza – Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

¹² WOLF. Op.Cit. p. 16.

¹³ Idéias desenvolvidas no curso Cotidiano, Boêmia e Música, proferido no Programa de Pós Graduação em História da UFSC, em 17/05/99.

feminilidade. Como se a beleza e o corpo fossem preocupações desde sempre prioritárias ao gênero feminino, e como se este gênero fosse construído apenas graças às suas características físicas.

É como lembra o anúncio de Courant, “o primeiro perfume capaz de expressar tudo o que a mulher é capaz de sentir”, criado por Helena Rubinstein, o qual é apenas um dos exemplos onde podem ser lidos comentários/associações de como as mulheres têm características específicas ligadas ao emocional e que podem interferir em seu comportamento:

“a mulher é um ser complexo! Porque seu modo de sentir é instável e imprevisível...Courant acompanha as transformações orgânicas que modificam seu comportamento. Courant se modifica quando seu pulso se acelera na presença de quem você ama, ou quando baixa sua temperatura, ao sentir a sua ausência. Courant acompanha sempre seu comportamento emocional. Courant é a única fragrância capaz de projetar sua personalidade. De maneira mais feminina. Com infinita beleza.¹⁴”

Observar alguns trabalhos que têm discutido os contextos em que se articulam as representações, imagens e discursos sobre o cotidiano e o corpo das mulheres, nos auxilia perceber o entrelaçamento das construções culturais de gênero e os discursos que as produziram. Um exemplo é o trabalho de Sara Grieco, o qual suscita importantes reflexões:

“As mulheres foram durante muito tempo identificadas com seu corpo. Quer sejam consideradas como “machos imperfeitos” ou “úteros ambulantes”, reflexos terrenos da beleza divina ou tentações lascivas ao serviço de Satanás, o seu viver social é dominado tanto pela atitude social face ao corpo, em geral, como pelas suas mais específicas definições de gênero”.¹⁵

Considerando a existência de uma “transformação” nos padrões estéticos

¹⁴ Revista Claudia. Anúncio do perfume Courant. Nº 147. Ano XII – dezembro de 1973. Acervo da Biblioteca da ABI - Associação Brasileira de Imprensa. Rio de Janeiro

¹⁵ GREICO, Sara F. Matthews. Corpo, aparência e sexualidade. In: **História das Mulheres no Ocidente: Do Renascimento à Idade Moderna**. Vol. 3. Orgs: DUBY, Georges e PERROT, Michelle. Porto: Edições Afrontamento, p. 71.

entre o final Idade Média e o começo da Idade Moderna, quando de “esbeltos e naturais” a silhueta e os rostos femininos passam a ser “roliços e pintados”, Grieco nos permite considerar as relações imbricadas neste processo de “transformações”. Isso porque ela pensa que estes novos padrões de aparência são correspondentes “às diferentes condições de dieta, de estatuto e de riqueza¹⁶”. A discussão de como a mudança nos hábitos influenciou os padrões de beleza ajuda-nos a desenvolver esta idéia:

“O ideal medieval da dama aristocrática graciosa, estreita de ancas e de seios pequenos deu lugar, nos finais do século XV e durante o século XVI, a um modelo de beleza feminina mais roliça de ancas e seios generosos, que iria manter até finais do século XVII. Será mera coincidência o fato de esta mudança de estética física corresponder a uma evolução significativa dos hábitos alimentares das elites dessa época?¹⁷”

A pergunta torna-se pertinente para a autora na medida em que ela pretende discutir os hábitos alimentares, as preocupações e as características corporais desenvolvidas por conta destes, como influências para a distinção entre as classes. Lembrando o número de doenças que atingiam as mulheres, principalmente as de camadas populares, e observando o desejo de definições de “fronteiras sociais e hierarquias imutáveis (incluindo hierarquias de gênero) – “que se tornou tanto mais importante quanto a realidade da vida econômica e política confundia as distinções de classe e criava novas elites que desafiavam as antigas¹⁸”, a autora conclui:

“Não admira que as mulheres das classes superiores procurassem distinguir-se das suas irmãs menos afortunadas, cultivando grandes superfícies de carne leitosa, em contraste com as figuras morenas, pálidas e magras daquelas cujas vidas difíceis não só as torna “feias” aos olhos dos seus contemporâneos, mas também prematuramente envelhecidas.¹⁹”

Outro trabalho que nos auxilia é o de Anne Higonnet²⁰, onde podemos

¹⁶ GREICO. Op. Cit. p. 81.

¹⁷ Idem. p. 81-82

¹⁸ GRIECO. p. 83.

¹⁹ Ibidem. p. 82

²⁰ HIGONNET, Anne. Mulheres e Imagens. Aparências, lazer, subsistência. In: DUBY, Georges. & PERROT, Michelle. **História das Mulheres no Ocidente. Vol. 4.** São Paulo: Ebradil, 1994

ler as formas pelas quais a cultura visual dos séculos XIX e XX representa as mulheres. Destacamos de sua análise o trecho onde ela nos fala da associação da moralidade feminina, definindo as fronteiras, percebidas entre o final do século XVIII e o início de século XIX, que separam as mulheres “normais” daquelas consideradas “desviantes”: “as mulheres de feminilidade normal eram representadas como admiráveis, virtuosas, felizes ou recompensadas, enquanto as mulheres de feminilidade desviantes eram representadas como ridículas, depravadas, miseráveis ou castigadas”²¹.

Para nossa análise, o que chama mais atenção são as diferentes percepções de beleza, criadas em função desta definição normal/desviante. A partir dela, a mulher bela era aquela cujos corpos e atitudes condensavam os elementos que organizavam a feminilidade, que eram aqueles ligados às atividades privadas, familiares, regradas e à maternidade.

Em “Corpos e Corações”, Yvonne Kniebiehler também fala disso. Em sua discussão ela diz como do coração, “*centro da identidade feminina*”, em oposição ao corpo, “*inimigo da alma, o maior obstáculo no caminho da salvação*”²², são retiradas as qualidades que desenvolveram os “novos” padrões, entre eles a sensibilidade, o recato e a passividade, além daqueles relacionados à maternidade. É importante ressaltar, neste contexto, a preocupação de sublinhar as diferenças. As palavras da própria autora esclarecem:

“tudo o que traduz a sensibilidade e a delicadeza é valorizado: uma pele fina onde afloram as ramificações nervosas, carnes aveludadas para embalar a criança ou o doente, um esqueleto pouco desenvolvido, mãos e pés pequenos. Mas também tudo o que traduz as funções naturais das reprodutoras: ancas redondas, seios generosos, tecidos bem nutridos. Tudo o que a pode assemelhar ao homens, torna-se uma anomalia inquietante”²³

A ênfase na diferença entre os gêneros, indicada aqui e pensada no que se refere à beleza, permite-nos discutir a bipolaridade masculinidade/feminilidade por conta deste elemento chave que, acreditamos, ainda é pouco explorado. Quando afirmamos isto, estamos pensando que a beleza foi sendo articulada como um elemento de definição de gênero, quando anteriormente

²¹ HIGONNET. Op. Cit. p. 299.

²² KNIBIEHLER, Yvonne. Corpos e Corações. In: DUBY, Georges & PERROT, Michelle. **História das Mulheres no Ocidente**. Vol. 4. São Paulo: Ebradil, 1994. p. 351

²³ Idem. p. 352

era pensada, sobretudo, como uma questão de classe. Não pensamos que uma questão tenha substituído a outra, mas sim que, atendendo a determinadas relações, elas se intercalem, com cores e faces diferentes, inesperadas como as figuras de um caleidoscópio, que dependem da perspectiva das luzes que chegam até ele.

A emergência da preocupação em sublinhar as diferenças físicas entre os sexos, expostas na fala de Yvone Kniebihler, ao nosso ver redefine as práticas de cuidado com o corpo. As práticas anteriormente divididas por homens e mulheres passam a ser exclusivas ao sexo feminino. George Vigarello²⁴ e Norbert Elias²⁵ são alguns dos autores que nos permitem observar alguns dos contextos onde os cuidados com a aparência, higiene, roupa e corpos eram prerrogativas observadas e exigidas àqueles que procuravam distinção social, fossem eles homens ou mulheres.

Quanto à preocupação em sublinhar as diferenças entre homens e mulheres, o trabalho de Thomas Laqueur²⁶ traz importantes contribuições pautadas nas reflexões que, com propriedade, questionam até que ponto o sexo influencia na construção dos gêneros, ou se não há uma movimentação contrária, sendo os gêneros, por sua vez, os dispositivos por onde passam as construções dos sexos. Laqueur nos lembra que entre os séculos XVII a XVIII importantes mudanças podem ser percebidas no entendimento da natureza sexual humana. Os discursos passam a insistir no diformismo, em lugar do modelo de sexo único²⁷, aplicado até então. Interessa-nos algumas observações colocadas no sentido de discutir se estes discursos passam, ou não, a legitimar e a constituir outras representações sobre os corpos de homens e mulheres, ou seja, se criam ou não outras interpretações. Para Laqueur, os discursos dominantes sobre os corpos dependem muito mais de jogos políticos do que de descobrimentos científicos, pois muitos interesses perpassam estas “descobertas”.

Jurandir Freire Costa²⁸, discutindo esta reinterpretação dos corpos humanos conforme o mito da bi-sexualidade, acredita que esta foi a solução

²⁴ VIGARELLO, Georges. *O limpo e o sujo- Uma história da higiene corporal*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

²⁵ ELIAS, Norbert. *O processo Civilizador – Volume 1: Uma História dos Costumes*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

²⁶ LAQUEUR, Thomas. *La construcción del sexo – Cuerpo y género desde los griegos hasta Freud*. Universitat de València: Ediciones Cátedra

²⁷ Segundo a tradição do modelo do sexo único, homens e mulheres eram anatomicamente semelhantes, sendo a mulher o sexo invertido, imperfeito, cuja formação não se completou da mesma forma – perfeita – que a dos homens.

²⁸ COSTA, Jurandir Freire. O referente da identidade homossexual. In: PARKER, Richard e BARBOSA, Regina Maria. (org). *Sexualidades Brasileiras*. Rio de Janeiro: Relume Dumará: 1996.

exigida pelos problemas político-ideológicos postos pela revolução burguesa. Entre os fatores/problemas que influenciaram este processo, ele ressalta quatro: mudanças na concepção de indivíduo; conflitos entre as esferas do público e do privado; a instalação da ordem político-econômica burguesa e as reformas religiosas. Estes fatores, a exemplo de outros como o feminismo, são também considerados por Laqueur, sendo que este não acredita em uma relação causa/efeito mais sim no fato de que a reconstrução do corpos está intrínseca a cada um destes fatores²⁹. Também não há como deixar de mencionar que Michel Foucault define estes interesses como relativos ao “bio-poder”, que passa a investir na valorização e gestão das forças corporais³⁰.

Mas, voltamos à questão que consideramos fundamental na obra de Laqueur: o processo de construção do sexo a partir do gênero, e não o contrário, como costumeiramente é pensado. Este autor propõe que sexo e corpo sejam entendidos como “epifenômenos”, enquanto que o gênero, que aceitaríamos como categoria cultural, seria o “real”. Sua tese é “mostrar, sobre la base de pruebas históricas, que casi todo lo que se dese decir sobre el sexo – como quiera que se entienda éste – ya ha sido reivindicado para el género”³¹. Laqueur, para compreender o sexo, assim como os corpos, é necessário dar uma maior ênfase ao contexto cultural que os construiu.

Pensar sexo e gênero, ambos como construções culturais, é uma perspectiva particularmente interessante a nosso trabalho, pois esta é uma das relações presentes e que entendemos ter perpassado a escrita encontrada nos textos de artigos e anúncios publicados em revistas e jornais. Nestes, quando se fala das características do sexo feminino, são usadas definições amparadas em outros elementos além dos biológicos; os anúncios de *Femme e Courante*, já citados neste trabalho, são exemplos disso.

Discutir esta relação dos gêneros constituindo os sexos é um exercício que exige outras interlocuções e aprofundamento e, por hora, podem restar mais dúvidas do que respostas. Contudo, um primeiro diálogo pode ser iniciado para, quem sabe, suscitar outras discussões. Lembramos de Joan Scott e sua discussão do gênero como “um meio de decodificar o sentido e de compreender as relações complexas entre diversas formas de interação humana”³². Esta fala nos permite pensar o sexo como um dos sentidos a quem o gênero “oferece” elementos para decodificação.

E a beleza pode ser, da mesma forma que o sexo, uma invenção que dá

²⁹ LAQUER. Op. Cit. p. 33

³⁰ FOUCAULT, Michel. *A História da Sexualidade I – A vontade de Saber*. Rio de janeiro: Graal, 1997. p. 133

³¹ LAQUEUR. Op. Cit. p. 33

³² SCOTT. Op. Cit. p. 16

sentido às relações humanas? Possivelmente. Lembramos que a beleza tem sido percebida como o elemento que, de diversas formas, diferencia homens e mulheres, e que, ainda, é por ela que perpassam as próprias construções do “ser homem” ou do “ser mulher”. Neste sentido, a consideramos como um dos elementos influentes nas relações culturais que dão sentido à própria definição do feminino.

O anúncio da Cashmere Bouquet ajuda-nos a perceber o reforço da feminilidade por conta da beleza, neste caso conquistada através de um produto específico, publicizado na mídia...

“Mais encanto para você... com pó de arroz Cashmere Bouquet – Um rosto lindo é sempre a atração de todos os olhares! Para ter uma *cútis* macia e acetinada, um rosto adoravelmente **feminino** e sedutor... (...) com seu perfume insinuante dá a sua personalidade um novo encanto.³³”

É a colocação da beleza como discurso que nos permite percebê-la como estratégia de uma política que, além de construir diferenças entre os gêneros, ainda atua constituindo diferenças entre as próprias mulheres. Questionar estes discursos, e os preconceitos formados a partir deles, é nossa forma de perceber e desnaturalizar esta questão. Acreditamos que tornar visíveis os estereótipos, os quais têm sido vividos como “verdades”, é nossa contribuição para a construção de outras histórias, onde as diferenças sejam menos “essenciais”.

³³ Revista **O Cruzeiro**. Fevereiro de 1960. Anúncio da Cashmere Bouquet. Acervo da Biblioteca Pública do Estado de Santa Catarina. Grifo nosso.