

VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo
III Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo
I Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo

Mercados Contestados – As novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei
24, 25 e 26 de setembro de 2014
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Puc-Rio)

Loira de verdade: o cabelo loiro como capital entre mulheres cariocas

Carlos Eduardo Fialho¹

Tatiana Miranda²

Resumo

Realizamos uma pesquisa, na cidade do Rio de Janeiro, com mulheres que pintam os cabelos de loiro. O objetivo central da pesquisa é perseguir as motivações das entrevistadas para a escolha do cabelo loiro. Nenhuma das entrevistadas mencionou o fato de não serem “loiras reais”, no sentido de sua constituição genética. Transformar-se em loira envolve muito mais a adoção do cabelo claro e dos símbolos que envolvem o imaginário construído em torno da imagem da mulher loira, do que da suposta adoção de um padrão étnico.

Outro ponto de destaque é o cabelo loiro como capital que valoriza a mulher nos mais diversos grupos e meios sociais: família, trabalho, amigos e entre homens, conhecidos ou desconhecidos. As entrevistadas relataram que o cabelo loiro fez com que fossem mais notadas, admiradas e, conseqüentemente, influenciou diretamente processos de elevação de sua auto estima.

Dessa forma, os discursos demonstraram que ser loira é consumir uma identidade feminina ligada à beleza, sensualidade, jovialidade e ao sucesso. Supomos que ser loira, para essas mulheres, é adquirir representações clássicas ligadas à mulher loira, imagens essas que valorizam a mulher frente a diferentes meios sociais, funcionando como capital. Dessa maneira, reelaboram suas próprias identidades criando novas maneiras de se relacionar com o mundo e consigo mesmas.

Palavras-Chave: Identidade, capital, cabelo loiro, gênero.

Introdução

O tema da manipulação da aparência feminina não é novo. O uso de artifícios para a conquista da beleza marca as mulheres há milênios. Roupas, cosméticos, penteados e cortes de cabelo, dietas alimentares e uma série de outros artefatos são aliados na busca feminina pelo encaixe em determinados padrões ou ideais estéticos. Além da questão da beleza, os símbolos inscritos no corpo fazem parte da relação do indivíduo com o mundo. Marcel Mauss, no seu estudo intitulado “As técnicas corporais” (1934), nos relata que o corpo repleto de símbolos, é o instrumento técnico primordial onde se inscrevem as tradições, cultura e aprendizados de uma determinada sociedade. Dessa maneira, o corpo e a aparência física de uma pessoa são carregados de simbologias e informações que fazem sua mediação com o mundo. Determinados itens de nossa aparência podem trazer importantes dados sobre nossa personalidade a serem exibidos para o mundo

1 Doutor em Comunicação Social, professor do Departamento de Sociologia e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Direito da Universidade Federal Fluminense. carlosfialho@uol.com.br

2 Doutoranda pela programa de Pós-Graduação em Sociologia e Direito, analista do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. carlosfialho@uol.com.br

externo.

Entre as alterações em diversas partes do corpo, é dado um destaque especial aos cabelos. Mauss, no estudo acima citado, ressaltou a importância do cabelo na vida social de um indivíduo quando afirma que os cabelos passam por diferentes fases ao longo da vida de uma pessoa, podendo variar de acordo com o papel desempenhado pelo indivíduo em determinado grupo.

O cabelo, pelo seu lugar de evidência no corpo, funcionando como uma moldura para o rosto, e pela relativa facilidade de manipulá-lo, é um importante fator na criação e reforço de identidades. De acordo com Queiroz e Otta (2000), a simbologia das partes do corpo podem ser associadas às suas metades superior e inferior. Sendo que a parte superior se destaca pela sua relação com as funções mais importantes.

Segmentado, dividido à luz de critérios simbólicos ou classificatórios, as suas diferentes partes dão margens a representações variadas. A porção superior é associada as suas funções mais relevantes. Na cabeça, encontra-se a face e nesta a boca e os olhos, os órgãos mais expressivos para a comunicação humana, marca de identidade da pessoa, e o crânio, sede do cérebro e da razão, justamente a faculdade que mais nos distinguiria dos animais. A porção inferior do corpo reúne os órgãos considerados mais animais e “indignos”, reprodutivos, digestores e excretadores (...). (QUEIROZ; OTTA, 2000, p.23)

Os cabelos funcionam como um importante veículo de comunicação e troca com o mundo. Através do significado da cor, corte, textura ou comprimento, cria-se imagens de si a serem veiculadas no meio social do indivíduo. Dessa maneira, o cabelo pode ser visto como uma das partes do corpo que estabelece uma relação subjetiva com o mundo atuando na construção de diferentes perfis identitários. “o cabelo classifica e hierarquiza, qualifica e desqualifica, exclui e inclui, aproxima e distancia, deixando pouco espaço para indefinições” (BOUZÓN, 2010, ps 278 e 279).

Especificamente, com relação à alteração da cor dos cabelos, vemos no Brasil a popularização dessa prática, por parte das mulheres. Em 2010 o Instituto Ipsos realizou uma pesquisa quantitativa com 999 mulheres de 15 a 64 anos nas cidades de São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife e Ribeirão Preto sobre o consumo de tinta de cabelo. O resultado foi que 8 em cada 10 mulheres pesquisadas pintavam os cabelos.

Entre as cores escolhidas para a transformação do visual nos chama atenção a loira. Primeiro porque é visível, na cidade do Rio de Janeiro, campo escolhido para recorte da pesquisa, o grande número de novas loiras circulando pelos mais variados espaços. Sem distinção de classe social, nível de escolaridade, peso, etnia ou idade. Vemos grandes quantidades de loiras de cabelos pintados nos bairros de classes altas e na periferia. Entre atendentes de loja, lanchonete e supermercado, mas também entre empresárias, médicas e advogadas. Mulheres magras, saradas e gordinhas pintam os cabelos de loiro. Adolescentes, mulheres

adultas e senhoras idosas também são vistas exibindo seus cabelos tingidos pelas ruas da cidade. Mulheres brancas, pardas, mulatas, niseis e negras também clareiam os cabelos.

O segundo ponto é a escolha por uma cor que, em sua forma natural, é rara no país. Além disso, o popular biotipo mestiço, que é a maioria no Brasil, denuncia imediatamente a cor falsa dos cabelos das loiras pintadas. A brasileira, ao pintar o cabelo de loiro, revela uma não preocupação com a associação entre essa cor de cabelo e a composição de sua etnia. Já que existem mestiças, mulatas, pardas e negras que são loiras. O falso loiro parece não estar ligado a composição de uma etnia branca e loira. No Brasil a mulher que pinta os cabelos de loiro cria uma concepção de loira que, em parte, está desligada do conjunto étnico (que envolve pele branca e olhos claros). Ao que parece, transformar-se em loira envolve muito mais a adoção do cabelo claro e dos símbolos que envolvem o imaginário construído em torno da imagem da mulher loira, do que da suposta adoção de um padrão étnico.

Dessa maneira, nos questionamos sobre as representações do cabelo loiro para mulheres de diferentes classes sociais, etnias, locais de moradia e com diversos níveis de escolaridade, na cidade do Rio de Janeiro. Nos perguntamos sobre as motivações para a transformação em loira como um importante questionamento no que se refere à construção de identidades femininas no Brasil. Como o cabelo loiro posiciona a mulher socialmente e quais são as interações que essas mulheres estabelecem com esse novo lugar no mundo?

Para isso elaboramos uma pesquisa com mulheres do Rio de Janeiro que pintam os cabelos de loiro. A definição do grupo a ser pesquisado prevê a realização de entrevistas com diversos tipos de novas loiras, mulheres de diferentes faixas etárias, nível de escolaridade, ocupação e moradoras de variados bairros (centrais e periféricos). O objetivo central da pesquisa é perseguir as motivações das entrevistadas para a escolha do cabelo loiro. Com a análise dessas motivações pretendemos chegar a informações que versem sobre a representação do cabelo loiro para essas mulheres, bem como sobre as maneiras através das quais o cabelo loiro serve para a constituição de identidades e estabelecimento de lugares sociais e serem ocupados.

Entretanto, aproximar-se de mulheres para questioná-las sobre suas motivações para escolherem uma cor cercada de mitos, símbolos e estigmas, requer a elaboração de um método de pesquisa particular e sensível. Jovem, bonita, sensual, poderosa, vulgar, burra, chique, divertida, irresponsável e disponível, são alguns dos estereótipos ligados à mulher loira. Reunindo imagens positivas e negativas, o loiro é a cor de cabelo com a maior variedade de simbologias e representações.

Ser loiro, sobretudo quando se trata de mulheres, é assumir papéis singulares dentro de um imaginário social repleto de representações. É se submeter a certas atuações e domínios sugeridos pela cultura. Ser objeto de paixões e de desconfianças, de atração e de repulsa, de valorização e desvalorização. Em poucas palavras, ser loira é personificar

a ambigüidade (Bouzón, Ibid, p 281).

Talvez a imensa variedade de imagens associadas às mulheres de cabelo loiro se deva ao exotismo da cor. Personagens históricas e mulheres famosas loiras, carregam consigo um fator que as diferencia das outras mulheres: os cabelos claros. O cabelo loiro natural é biologicamente raro pois é fruto de genes recessivos. Atualmente somente 2% da população mundial é composta por pessoas de cabelos loiros. Segundo um estudo da Organização Mundial de Saúde, esse percentual poderá se extinguir em 2022 .

Uma das representações mais populares da mulher loira é a que associa essas mulheres a fatores ligados ao erotismo, beleza e sensualidade. A começar pela representação do amor, da beleza e do sexo na Antiguidade Clássica: Afrodite, para os gregos, e Vênus, para os romanos. Essa Deusa nasceu dos órgãos genitais de Urano, que foram cortados por Cronos e arremessados ao mar. Da espuma surgida do órgão amputado nasceu Afrodite (segunda a versão mais popularizada de sua mitologia). Desde o Renascimento, vários artistas pintaram Afrodite com os cabelos loiros. Na obra mais famosa sobre a deusa do amor, “O nascimento de Vênus”, de Sandro Botticelli, assim como em diversas pinturas de outros artistas como: Peter Paul Rubens, William-Adolphe Bouguereau, Paolo Veronese, entre outros, vemos Afrodite com longos cabelos loiros.

A pesquisadora inglesa Joanna Pitman realizou um estudo histórico sobre mulheres loiras que culminou no livro “On Blondes” (2003). Após a pesquisa, Pitman concluiu que as loiras sempre foram vistas como um misto de ingenuidade e força, o que resulta numa sedutora imagem que mescla o angelical e o erótico.

Segundo Joanna Pitman, o cabelo loiro também esteve associado ao poder. Através da história, é muito mais comum encontrar loiras em eventos ligados às poderosas elites, políticas e financeiras, do que morenas. Uma das que fugiram à regra foi Cleópatra, mas, com o estabelecimento de sua lenda, foi retratada loira em diversas pinturas e livros.

Na atualidade, o loiro também é sinônimo de poder para muitas mulheres. Pitman cita Margaret Thatcher, que passou a pintar o cabelo de loiro depois que assumiu o cargo de primeira-ministra. Mais recentemente, as listas de mulheres mais ricas e bem pagas do mundo, incluem várias mulheres que deixaram os fios escuros para trás. Entre alguns exemplos temos: Marissa Mayer (presidente e CEO do Yahoo!) e Laurene Powell (viúva do co-fundador da Apple, Steve Jobs, que hoje controla todos os negócios deixados pelo marido e é a maior acionista da *The Walt Disney Company*).

Entretanto, não existem apenas fatores positivos associados às loiras. O estereótipo da loira burra permeia as representações sobre as mulheres de cabelos claros. Muito antes de Marilyn Monroe (que popularizou a imagem da loira ingênua e pouco inteligente em Hollywood) existiu uma loira que pode ter inaugurado a relação entre cabelos claros e pouca inteligência. Rosalie Duthé, considerada a primeira loira burra da era moderna, foi uma famosa cortesã francesa que viveu do meado do século XVIII ao início do século XIX. Por algum motivo, Rosalie fazia longas pausas antes de falar ou responder ao seu interlocutor. Com isso, espalharam-se intrigas que acusavam-na de ser muda ou burra. Carlos Salazar em seu artigo “Representando o estereótipo de loira burra”, ressalta que, no século XVIII, a fala e a retórica eram profundamente valorizados. Nessa época a prontidão da resposta, a réplica, eram uma arte. Dessa maneira, a introspecção e lentidão ao conversar não eram bem vistos. Embora não se possa afirmar que, na sociedade da época, a sua suposta falta de inteligência fosse associada aos seus fios dourados, Rosalie é a primeira loira com fama de burra popularizada na era moderna.

Já no século XX, a consolidação desse estereótipo foi definitiva. Em 1925, Anita Loo, publicou o livro “*Gentleman prefer blondes*”, ou, “Os homens preferem as loiras”. No romance a loira protagonista, Lorelei Lee, é uma acompanhante de homens ricos que usa a sua beleza para conseguir dinheiro e ascender socialmente. Seus interesses se resumem em vestidos de grife, jóias, jantares em restaurantes chiques e festas. Na verdade Lorelei é mais superficial do que propriamente burra, mas, por sua falta de interesse em atividades que envolvam o intelecto, deram-lhe o adjetivo de pouco inteligente. Em 1953, foi produzida em Hollywood sua versão para o cinema com uma sensual, loiríssima e festeira Lorelei, representada por Marilyn Monroe. O enorme sucesso do filme solidificou o estereótipo da loira como uma mulher que só se importa com sua aparência física, em detrimento do intelecto. Foi também com Marilyn como Lorelei, que se popularizou a visão da loira como uma mulher alegre e que se diverte mais que as morenas, ruivas ou castanhas. Na década de 60 uma empresa de cosméticos, Clairol, lança o slogan: “É verdade que as loiras se divertem mais?” como marketing de suas tinturas de cabelo. Essa máxima solidificou ainda mais o estereótipo da loira divertida e pouco séria.

A partir desse breve panorama podemos observar que a mulher loira é cercada por símbolos, estigmas e estereótipos. Considerar essa variedade de representações é importante para mapearmos quais simbologias estão embutidas nos cabelos loiros e os perfis identitários ligados a essa cor de cabelo. Dessa maneira, quando uma mulher escolhe pintar o cabelo de loiro ela está ciente das imagens, veiculadas pelo senso comum, ligadas às mulheres com essa cor de cabelo. A presença de representações, sobre mulheres loiras, tão fortemente marcadas na sociedade torna esses símbolos impossíveis de serem ignorados quando uma mulher decide tornar-se loira.

A Metodologia

Entrevistar mulheres para conhecer o significado da cor falsa dos seus cabelos não é uma tarefa fácil. Exibir novas identidades em público é mais simples do que falar das motivações que as levaram a produzir novos visuais. Nessa produção o cabelo está em primeiríssimo lugar, segundo o depoimento das entrevistadas. Mas como chegar a esses depoimentos? Qual o método de pesquisa que nos permitiu chegar mais perto das intenções e motivações de uma mulher que pinta seu cabelo de loiro? Onde selecionar as entrevistadas?

Usamos a estratégia que nos pareceu a mais evidente: procurar um lugar de grande concentração de mulheres, como os salões de cabeleireiro. Mas eu tinha uma barreira. Como homem certamente não ficaria confortável em um salão onde as mulheres estão à vontade, com os cabelos desganhados, num processo de pré-produção que nem sempre é agradável visualmente. Era necessário montar uma equipe de pesquisadoras que pudessem frequentar os salões sem alterar a rotina dos estabelecimentos e, ao mesmo tempo, eleger novos lugares onde houvesse grande concentração de mulheres, por exemplo, centros de compra. Certamente nesses locais haveria a predominância de vendedoras e compradoras com as características que o trabalho exigia.

A seleção das entrevistadoras foi feita seguindo critérios de idade, desenvoltura na conversa com estranhos e capacidade de desenvolvimento da entrevista segundo os indícios deixados pelas entrevistadas. A estrutura da entrevista se limitou a um pequeno roteiro que apontava para algumas possibilidades de entrada num tema de difícil acesso para as entrevistadas: quais as motivações que as levaram a pintar o cabelo de loiro. Encontrar as justificativas não seria uma tarefa difícil. Bastou a aplicação de um questionário estruturado simples, para que pudéssemos perceber que as mulheres preferem ser loiras porque isso as tornam mais jovens e atraentes. Uma resposta como essa surge como verdadeira fórmula mágica, independente da idade, do estado civil e nível educacional. Loiras parecem mais jovens e chamam mais a atenção dos homens. Mas buscávamos uma resposta que precisava tocar num aspecto mais delicado. Era preciso identificar o momento em que mulheres de cabelos castanhos, negros, lisos ou crespos resolveram que deveriam ser loiras. Muitas metamorfoses foram feitas de maneira gradual, loira de mechas, loira californiana, clareamento parcial e depois um loiro mais uniforme, atingindo todos os fios. Algumas desejam gradualmente chegar ao loiro mais claro, o platinado.

Na seleção as entrevistadoras foram informadas sobre as maneiras de procedimento com as entrevistadas. Para captar informações sobre um assunto que permeia a subjetividade das mulheres entrevistadas, optamos pela metodologia que se aproxima das Histórias de Vida. Esse é um dos métodos da pesquisa qualitativa e possui como foco os relatos elaborados pelos entrevistados a partir de sua experiência

pessoal. Essas narrativas interessam ao pesquisador no que se refere ao ponto de vista do sujeito entrevistado sobre aspectos subjetivos de sua vida. Dessa maneira, não há preocupação com a veracidade dos fatos, e sim, com as narrativas elaboradas sob a ótica dos entrevistados. “(...) é o ponto de vista do sujeito. O objetivo desse tipo de estudo é justamente apreender e compreender a vida conforme ela é retratada e interpretada pelo próprio autor” (GLAT, 1989). Entretanto, apesar de lidar com relatos individuais, não é um método individualizante. Ao contrário, é um tipo de metodologia que, através da análise dos elementos gerais contidos nas entrevistas, busca chegar à interpretações sobre o comportamento e cultura de determinado grupo. “(...) histórias de vida, por mais particulares que sejam, são sempre relatos de práticas sociais: das formas com que o indivíduo se insere e atua no mundo e no grupo do qual ele faz parte” (BERTAUX, 1980).

Definida a orientação metodológica, começamos a elaborar as formas de proceder com as entrevistas. Em primeiro lugar, a entrevista deveria ser gravada de maneira discreta, de forma que microfones ou gravadores não fossem colocados em primeiro plano, assim buscávamos diminuir ao máximo o risco de que os aparelhos causassem algum tipo de constrangimento às entrevistadas. Assim como uma máquina fotográfica ou uma filmadora, o gravador é um recurso que pode modificar a construção da narrativa. As pessoas tendem a se preparar para falar quando anunciamos “*está gravando*”. Nesse momento a resposta à pergunta formulada pode ser aquela que mais se adéqua ao perfil que a entrevistada quer construir. Era preciso reduzir esse risco com uma longa conversa de aproximação, explicando os objetivos da pesquisa e a preservação do anonimato da entrevistada. Quando, e se, o clima chegasse ao ponto da fluidez da conversa preliminar, a entrevistadora deveria dizer apenas “*posso gravar?*” e acionar um botão do menor aparelho possível para a captura da voz. Com a tecnologia atual, é possível realizar gravações bem nítidas utilizando um aparelho no bolso da blusa ou preso na parte superior da roupa do entrevistador.

Uma segunda recomendação é quanto à invasão da privacidade da entrevistada. Na experiência da pesquisa sobre mulheres que se tornam loiras, percebemos, nas primeiras entrevistas que realizamos a sós, que o assunto fluiu, aumentado o tempo de fala da depoente, quando há pouca interferência do entrevistador, quando permitimos que os depoimentos sejam configurados pelas entrevistadas. Queremos dizer que o desencadeamento dos assuntos deve ser percebido nas brechas que as entrevistadas fornecem. Não mudar o rumo da conversa quando a entrevistada está se mostrando à vontade, mesmo que, para nossos propósitos, o tema pareça esgotado. O que nos parece suficiente, para quem dá o depoimento, pode ser apenas uma parte do que será dito se concedermos espaço ao interlocutor. É fundamental deixar que busque conexões na memória, faça percursos reflexivos que estavam represados e transforme a nossa presença num excelente motivo para expor opiniões e reflexões.

Pode ser ainda, para a entrevistada, um momento de extravasar opiniões que não seriam emitidas em outros locais, por falta de oportunidade ou porque não há motivação. Se a sugestão de nosso tema conduz a momentos expansivos das narrações, não podemos ser pretensiosos e encerrar a fala do outro. Principalmente se nossa matéria prima para formulação de conclusões de pesquisa é, em grande parte, o discurso que estamos capturando naquele momento ímpar. Momento que não será repetido, mesmo que façamos outra entrevista com a mesma pessoa com as mesmas perguntas. É importante deixar nossos entrevistados falarem, mesmo que, para os objetivos da pesquisa, o discurso nos pareça evasivo. Numa entrevista de quinze a vinte minutos podemos aproveitar apenas cinco minutos do conteúdo da fala, mas vale a pena deixar a entrevistada encontrar os caminhos de construção da narrativa. As entrevistadoras precisavam ter a sensibilidade de perceber quando os depoimentos começavam a tomar a forma de falas espontâneas motivadas por um tema sugerido, saindo da relação fria e tímida de resposta às perguntas formuladas.

Começamos explorando desde as reações de indignação até as de admiração das pessoas que optaram pelos cabelos loiros. Ao explorarmos a história que será contada, podemos nos aproximar, gradualmente, das motivações. As reações favoráveis, assim como as desfavoráveis, interferiram na determinação de manter os cabelos pintados de loiro. Recuperar esse momento de determinação favorece a entrada nas motivações, propulsoras da construção da nova identidade. Com a pergunta que se remete aos fatos ocorridos percorremos uma gama de narrativas que variam imensamente, são histórias particulares de vida que podem ser agrupadas de acordo com a frequência das ocorrências.

Quando pensamos no perfil e na quantidade de entrevistadas, tínhamos apenas duas certezas: que as entrevistas seriam feitas com mulheres (os homens loiros falsos estavam descartados) e todas deveriam ser loiras com os cabelos evidentemente falsos (descartadas as mechas e castanho claro e outras variações). Não tínhamos certeza se era necessário fazer diferença entre a idade, nível de escolaridade, classe social ou renda e estado civil (entendendo nesse tópico os diversos modos de relacionamento). Essas escolhas seriam feitas a medida em que as primeiras entrevistas fossem realizadas de modo aleatório. Fomos a um grande centro comercial onde haviam mulheres com o perfil que procurávamos. Era um centro de venda de biquínis, com enorme movimento durante o ano todo. Nesse local entrevistamos, de forma aleatória, as mulheres “loiras falsas” que se propuseram a falar. Por ser homem, a minha abordagem era mediada pela desconfiança, na maioria dos casos.

Observando a superficialidade dos primeiros contatos, fizemos as primeiras seleções das características do grupo também de forma superficial. Consideramos a possibilidade de transformar as entrevistas numa conversa, permeada pelos distanciamentos que existe numa conversa entre estranhos.

Vasculhamos o que pudemos sobre o ambiente familiar e afetivo das entrevistadas, as opções de lazer e diversão e a receptividade que elas encontram com a aparência de mulheres loiras.

Para a seleção menos aleatória de entrevistas, surgiu um primeiro fator de agrupamento. A maneira como as entrevistadas reagiam à proposta de uma conversa, da mesma forma que as “respostas”, diferiam visivelmente de acordo com a classe social. Donas de loja e algumas raras clientes eram refratárias à entrevista e quando conseguíamos avançar um pouco no contato, as respostas eram evasivas. Já as vendedoras sentiam-se intimidadas quando nos identificávamos e apresentávamos a proposta de entrevista e os objetivos do trabalho. Porém, gradualmente as barreiras da retração eram vencidas e a conversa tendia a fluir com mais liberdade. Mas não estávamos conseguindo alcançar os objetivos propostos na pesquisa, era preciso mudar o perfil das entrevistadas.

As características estigmatizadas das loiras estavam mais presentes nos depoimentos das mulheres com menor renda e escolaridade. Evidentemente poderíamos estar frente à capacidade que as mulheres com maior grau de escolaridade e renda teriam em conduzir a entrevista exercendo maior controle sobre as respostas dadas. Mas esse seria mais um elemento de definição de nossa amostragem, uma evidência de que existiam diferenças entre os dois grupos, mesmo que nós não soubéssemos com precisão qual era a diferença.

Por mais que, em um primeiro contato, tivéssemos percebido uma diferença na disponibilidade para a realização das entrevistas baseada nos níveis de renda e escolaridade, optamos por não nos intimidar pela aparente dificuldade que se elevava à medida que abordávamos mulheres de classes sociais mais altas. Não podíamos limitar nossa abordagem apenas às mulheres que possuíam menor nível de escolaridade e renda, afinal, nosso intuito era perseguir as motivações para a transformação em loira, independente do grupo social ao qual às entrevistadas pertencessem.

Decidimos manter como único critério de seleção das entrevistadas a presença do cabelo loiro evidentemente pintado. Independente do nível sócio econômico, decidimos por entrevistar loiras das mais diversas classes sociais. Objetivamos, dessa forma, mapear as motivações para a transformação em loira em diversos ambientes e espaços sociais. Assim como, buscar uma variedade maior de narrativas, que não estivessem, obrigatoriamente, vinculadas à cultura de determinado grupo sócio econômico. Como nosso objetivo era investigar as motivações individuais, optamos por não nos ater a determinados grupos sociais, econômicos, culturais ou religiosos. Por mais que tivéssemos que elaborar maneiras diferenciadas de entrevistar as mulheres que, por ventura, pertencessem à esferas sociais mais fechadas.

O cabelo loiro como capital

Realizamos, na cidade do Rio de Janeiro, 40 entrevistas em profundidade com mulheres que pintam os cabelos de loiro. A variedade de motivações para clarear os cabelos foram variadas: esconder os fios brancos, parecer mais jovem, gostar da cor loira. Os motivos foram dos mais comuns aos mais específicos. Uma senhora de 78 anos nos contou que: “Eu era fã da Marilyn Monroe. Então ela era loiríssima canta *Happy birthday to you...* aí eu disse, quer saber de uma coisa? Vou pintar meu cabelo, com 16 anos.” Uma outra entrevistada, de 37 anos, disse que pintou os cabelos pois seu pai era “galego”, loiro de olhos azuis. Isso fez com que ela se inspirasse a pintar os cabelos de loiro. Outra entrevista que mostrou uma forte motivação afetiva para a mudança da cor do cabelo foi a de uma senhora de 50 anos que ficou loira para homenagear sua falecida filha, que era loira.

As motivações constituíram uma gama riquíssima e variada, entretanto, o que nos permitiu interpretar as ligações entre os cabelos loiros e a constituição identitária das entrevistadas foram as motivações para permanecer com o cabelo loiro. As vantagens de ser loira. Por mais que o loiro seja uma cor de cabelo carregado de estigmas negativos, para nossas entrevistadas, os fatores positivos se sobrepuseram aos pejorativos. Mais do que isso, a intensa valorização do cabelo loiro tanto pelas entrevistadas quanto pelas pessoas que compõem os espaços sociais nos quais elas convivem, funcionam como um capital que lhes confere valor.

O primeiro ponto destacado pelas entrevistadas foi de que o cabelo loiro é alvo de maior admiração masculina e feminina. Ser loira é ser mais notada e desejada, é não passar despercebida no meio da multidão. Isso é visto pelas entrevistadas como uma vantagem do cabelo loiro, elas se sentem especiais e diferentes das morenas, já que o cabelo escuro é predominantemente mais comum entre as mulheres brasileiras. Algumas narrativas das entrevistadas:

Entrevistadora- Por que você escolheu pintar o cabelo de loiro?

Entrevistada- Por que eu gosto, eu acho que as loiras chamam mais atenção (risos).

Entrevistadora- Você tem boas experiências para contar do seu cabelo loiro, assim, você lembra de alguma experiência quando você começou a pintar?

Entrevistada- Sim, eu passei assim a, ser mais paquerada, a ser considerada mais bonita depois que eu passei a pintar. (Entrevistada de 45 anos)

Entrevistador- Como a senhora percebe que os homens preferem as loiras?

Entrevistada- Não! Eu percebo! Porque eu saio em escola de samba, né? Saio em três escolas de samba na ala das baianas. Quando entra as loira lá no Salgueiro, quando entra as loira lá no Salgueiro os casa fica

olhando...porque sabe, escola de samba só tem crioulo mesmo, então entrou loira, minha filha, abafou. Pagode? Abafa as loira. Então eu tô tendo mais paquera aqui, eu sento aqui na cadeira os cara passa, olha pra mim, será que o cabelo loiro tá fazendo alguma coisa? (Entrevistada de 78 anos)

Entrevistadora- E se lembra por que pintou pela primeira vez de loiro? O que te fez escolher o loiro pra pintar a primeira vez?

Entrevistada- A primeira vez...? Assim, não teve uma razão assim específica, é...entendeu? É porque eu achei que realmente era uma cor que combinava mais comigo. É...porque, talvez por eu ser leonina, e dizem que isso é característica do signo, é você gostar de aparecer, de chamar atenção...então acho que foi mais por isso. Porque o loiro realmente ele chama atenção. (Entrevistada de 68 anos)

O cabelo loiro como fator diferenciador, fazendo com que as novas loiras sejam mais notadas do que quando eram morenas, se torna um objeto simbólico de grande valor para as entrevistadas. Para as mulheres que entrevistamos, ser mais notada significa ser mais admirada e, conseqüentemente, se sentir mais bonita. Grande parte das entrevistadas disseram que passaram a se sentir mais bonitas depois que pintaram os cabelos de loiro. De acordo com as narrativas das entrevistadas esse sentimento de maior satisfação com sua aparência pessoal está diretamente vinculado às opiniões de outras pessoas, as novas loiras são mais admiradas por conhecidos e desconhecidos.

Mesmo quando a cor do cabelo é relacionada a fatores depreciativos como vulgaridade e extravagância, as loiras entrevistadas dizem não se importar. Uma entrevistada, de 30 anos de idade, disse que algumas de suas amigas disseram que ela ficou com cara de “cachorra” depois que pintou os cabelos de loiro. Entretanto, a entrevistada disse que o cabelo loiro é mais sensual e não, obrigatoriamente, vulgar. Ela disse que algumas mulheres se sentem ameaçadas, já que ela, como loira, chama mais a atenção dos homens.

Outro ponto importante a ser destacado nas narrativas é com relação à “artificialidade” dos cabelos. A variedade de tipos físicos das mulheres que entrevistamos nos mostra a ausência de preocupação entre a vínculo biológico do cabelo loiro com a etnia branca. Entrevistamos mulatas, negras e pardas também pintam os cabelos de loiro. Um exemplo dessa ausência de vínculo com o padrão étnico do cabelo loiro é a apresentadora ninsei Sabrina Sato. Referencial de beleza para as brasileiras, Sabrina conjuga seus traços nipônicos com a vasta cabeleira loira.

Algumas mulheres entrevistadas não se lembravam qual era a cor original de seus cabelos. Os antigos termos “loira falsificada” e “loira de farmácia”, parecem não fazer parte do imaginário das mulheres que entrevistamos. Nas narrativas percebemos que o cabelo loiro é muito mais um produto que pode ser

consumido do que a composição de um perfil étnico. O cabelo loiro, como capital que confere valor às mulheres que entrevistamos, pode ser comprado, usado e desfrutado como uma bolsa de grife, por exemplo. Nos discursos sobre seus cabelos loiros, nossas entrevistadas, em sua grande maioria, não diziam “quando eu pinte o cabelo de loiro” e sim, “quando eu fiquei loira”.

Como capital que confere valor e, conseqüentemente, fornece uma série de vantagens para essas mulheres, a adoção da identidade “loira” não é algo que as entrevistadas pretendem abandonar. A grande maioria disse que não pretende mudar mais a cor de seus cabelos.

Entrevistadora- Mas loiro sempre?

Entrevistada- Loiro sempre! Loiríssima!

Entrevistadora- Não pensa em mudar de cor então?

Entrevistada- Não, não! Vou morrer loira! (Entrevistada de 78 anos)

Entrevistadora- Você pensa em mudar a cor do seu cabelo?

Entrevistada- Não, de jeito nenhum.

Entrevistadora- Você acha então que encontrou a cor ideal pra você?

Entrevistada- Com certeza. (Entrevistada de 35 anos)

Entrevistadora- Pensa em mudar a cor do cabelo? Você falou, que pretende chegar lá no platinado.

Entrevistada- Eu quero fazer mais. Mas nunca vou tocar na raiz, sempre deixar nesse tom mesmo. Dá tipo uma californiana, raiz escura e o restante loiro.

Entrevistadora- E voltar pro negro?

Entrevistada- Não...

Entrevistadora- Loiro é um lugar que você se sente bem?

Entrevistada- É... eu me encontrei. (risos) Me encontrei no loiro. (Entrevistada de 30 anos)

Outro ponto importante a ser destacado é o aumento da auto estima das entrevistadas após tornarem-se loiras. Segundo os discursos das entrevistadas, o prazer em sentir-se notada e admirada influenciou a imagem que possuem de si mesmas.

Entrevistadora- Você tem boas experiências para contar do seu cabelo loiro, assim, você lembra de alguma experiência quando você começou a pintar?

Entrevistada- Sim, eu passei assim a, ser mais paquerada, a ser considerada mais bonita depois que eu passei a pintar.

Entrevistadora- Isso aumentou sua auto estima, sua segurança?

Entrevistada- Aumentou e muito. (Entrevistada de 45 anos)

Entrevistador- Você acha que sua auto estima melhorou?

Entrevistada- Sim, você pode não estar com uma roupa nova, não pode estar com um sapato novo. Mas se você estiver com o cabelo bem feito, a sensação que você tem é que você tá de roupa nova. Você passa na rua as pessoas percebem. Eu acho que a gente fica tão satisfeita que isso...abrange, aparece. As pessoas conseguem enxergar isso. (Entrevistada de 30 anos)

As vantagens em ser loira e os sentimentos de valorização, que perceberam em diferentes meios sociais após tornarem-se loiras, nos fazem pensar no cabelo loiro, e nas representações que ele atrela, como um capital para as mulheres entrevistadas. Bourdieu nos informa sobre os diferentes tipos de capital que representam possibilidades de ganhos em diversos campos. Cada um dos capitais confere poderes aos indivíduos que os possuem.

(...) o mundo social pode ser concebido como um espaço multi dimensional construído empiricamente pela identificação dos principais fatores de diferenciação que são responsáveis por diferenças observadas num dado universo social ou, em outras palavras, pela descoberta dos poderes ou formas de capital que podem vir a atuar, como azes num jogo de cartas neste universo específico que é a luta (ou competição) pela apropriação de bens escassos ... os poderes sociais fundamentais são: em primeiro lugar o capital econômico, em suas diversas formas; em segundo lugar o capital cultural, ou melhor, o capital informacional também em suas diversas formas; em terceiro lugar, duas formas de capital que estão altamente correlacionadas: o capital social, que consiste de recursos baseados em contatos e participação em grupos e o capital simbólico que é a forma que os diferentes tipos de capital toma uma vez percebidos e reconhecidos como legítimos. (BOURDIEU, P. 1987. p.4)

Reconhecemos o capital simbólico como o tipo de capital embutido na adoção do cabelo loiro pelas mulheres que entrevistamos. O capital simbólico está ligado à questão da distinção em determinado grupo, é o capital que confere proeminência ao indivíduo frente aos demais indivíduos que compõem seu campo. Está ligado ao prestígio que determinado indivíduo possui, e os elementos que explicitam seu prestígio são imediatamente identificados pelos demais indivíduos.

Bourdieu reconhece a importância da estética, e suas interferências no corpo, como fator que insere os atores em diferentes lugares sociais. “As tomadas de posição, objetiva e subjetivamente, estéticas - por exemplo, a cosmética corporal, vestuário ou a decoração de uma casa - constituem outras tantas oportunidades de experimentar ou afirmar a posição ocupada no espaço social como lugar a assegurar ou distanciamento a manter” (BOURDIEU, 2007, p 57). Dessa maneira, as formas de elaboração e modificação do corpo funcionam como elementos de alocação dos indivíduos em lugares sociais diversos: locais que podem ser valorizados ou depreciados.

Portador de sinais, o corpo é também produtor de signos que são marcados em sua substância perceptível pela relação com o corpo (...).

Produto social, o corpo - única manifestação sensível da "pessoa" - e comumente percebido como a expressão mais natural da natureza profunda: não há sinais propriamente "físicos"; deste modo, a cor e a espessura do batom ou a configuração de uma mimica, assim como a forma do rosto ou da boca, são imediatamente lidas como índices de uma fisionomia "moral", socialmente caracterizada, ou seja, estados de ânimo "vulgares" ou "distintos", naturalmente "naturais" ou naturalmente "cultivados" (BOURDIEU, Ibid, p 183).

Nos discursos das mulheres entrevistadas percebemos que o cabelo loiro aloca essas mulheres em lugares sociais valorizados. Estando o cabelo loiro associado a diversos fatores positivos: beleza, juventude, sensualidade, despojamento e sucesso profissional e econômico, a adoção do cabelo loiro é um importante capital para essas mulheres. Um capital tão relevante que se torna alvo do principal investimento em sua aparência. Uma das perguntas da entrevista questionava as mulheres com relação ao que era mais importante na beleza de uma mulher. A grande maioria das entrevistadas disse que o cabelo era o mais relevante. O cabelo é visto como primeiro item a ser cuidado, é tão importante que, segundo as entrevistadas, disfarçam outros itens que não são alvo de tanta atenção.

Entrevistador- Se você tivesse que sair só com um item bem feito: unha, sobrancelha, maquiagem, roupa, sapato, cabelo. Só um item bem feito, qual seria esse item?

Entrevistada- Há...o cabelo! Com certeza, eu não fico, eu lavo o meu cabelo em casa, que eu tenho secador.

Entrevistador- Com um vestidinho qualquer mas o cabelo...

Entrevistada- Com um vestidinho básico, uma rasteirinha, mas o cabelo tem que tá feito.

Eu não fico, eu não consigo mais lavar o cabelo e sair com o cabelo molhado. Eu lavo o meu cabelo, eu tenho que secar e eu pranco em casa. Mesmo quando não tem dinheiro pra ir pro salão. Eu em casa tenho todos os acessórios, eu mesmo faço, já teve final de semana agora que passou, meu amigo me ligou. Ó, tem um churrasco pra gente ir e tal, eu na mesma hora corri pra dentro de casa, liguei a prancha, liguei o secador, já fui lá...rapidinho! Em meia hora o cabelo tava pronto, eu fiz o cabelo. (Entrevistada de 30 anos)

Entrevistador- E o que a senhora acha que é o mais importante pra uma mulher?

Entrevistada- O importante pra uma mulher, ela pode botar uma saia saco de estopa, uma blusa atravessada assim e um chinelo de dedo. Mas o cabelo e as unhas tem que tá impecável!

Entrevistador- Mas entre o cabelo e as unhas qual é mais importante a unha ou o cabelo?

Entrevistada- Cabelo.

Entrevistador- Cabelo?

Entrevistada- É.

Entrevistador- Pode tá com a unha feia mas o cabelo...

Entrevistada- É porque a unha você tem jeito de esconder, agora a cara e o cabelo, você faz assim, boa

tarde! Como vai? Tô com torcicolo! Não posso estender a mão. (Entrevistada de 78 anos)

Entrevistador- mas se você tivesse que escolher entre cabelo, maquiagem e roupa qual você gastaria primeiro com ele? Se você só pudesse escolher um: cabelo, maquiagem ou roupa para se sentir mais bonita, com qual deles você gastaria para se sentir mais bonita?

Entrevistada- Cabelo, que é o que chama mais atenção. (Entrevistada de 45 anos)

Nas narrativas das entrevistadas fica clara a importância do cabelo loiro como principal item constituinte de sua aparência. O item que merece mais investimentos e cuidados. A visão do cabelo loiro como um capital nos faz pensar na questão das identidades das mulheres que se transformam em loiras. Nesse sentido tornar-se loira não é somente clarear os cabelos, e sim, adotar perfis identitários ligados às imagens da mulher loira veiculadas na sociedade. Ter os cabelos loiros faz com que essas mulheres se sintam reposicionadas socialmente em lugares de maior prestígio e distinção do que ocupavam quando não eram loiras. Locais que as fazem se sentir mais valorizadas e admiradas.

Considerações finais

Nas narrativas das entrevistadas sobre suas motivações para tornarem-se loiras, e manterem-se como tal, percebemos que o cabelo loiro assume a forma de capital para essas mulheres. O cabelo loiro é um elemento que as valoriza nos mais variados grupos sociais. Entretanto, também nos interessa pensar nas maneiras que esse novo capital, o cabelo loiro, influencia a constituição identitária dessas mulheres.

A não preocupação em atender ao padrão étnico vinculado ao cabelo loiro, a adoção do cabelo loiro de maneira irreversível (a grande maioria das entrevistadas declarou que não irão deixar de ser loiras) e a construção do vínculo entre cabelo loiro e beleza e juventude (muitas entrevistadas disseram que se pintam de loiras para esconderem os fios brancos e outras, que ainda não ficaram grisalhas, disseram querer parecer mais jovens) são algumas pistas para que tracemos um caminho interpretativo baseado nas identidades.

Kathrin Woodward em seu artigo *Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual*, traça diretrizes que conduzem ao entendimento da construção identitária. Esse caminho é marcado por dois pontos fundamentais: a representação e a subjetividade. “A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-os como sujeito. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos” (WOODWARD, 2000, p 17).

Segundo Woodward a subjetividade é o campo que engloba nossos desejos, sentimentos e

pensamentos mais íntimos e pessoais. Porém, a subjetividade não nos guia isoladamente, ela está em constante interação com a linguagem e a cultura numa relação que envolve trocas e conflitos.

(...) vivemos nossa subjetividade em um contexto social no qual a linguagem e a subjetividade dão significado à experiência que temos de nós mesmos e no qual nós adotamos uma identidade. Quaisquer que sejam os conjuntos de significados construídos pelos discursos, eles só podem ser eficazes se eles nos recrutam como sujeitos. Os sujeitos são, assim, sujeitados ao discurso e devem, eles próprios, assumi-lo como indivíduos que, dessa forma, se posicionam a si próprios. As posições que assumimos e com as quais nos identificamos constituem nossas identidades (WOODWARD, *ibid*, p. 55)

Envolvendo os conceitos de representação e subjetividade cria-se uma compreensão da construção identitária como algo que possui a participação tanto do indivíduo, através da subjetividade, como da cultura, pelos mecanismos de representação. Uma elaboração que se funda tanto no entendimento que o indivíduo tem de si próprio, embasado em seus elementos pessoais, quanto da compreensão que a sociedade tem desse ator.

Supomos que ser loira, para essas mulheres, é adquirir as representações mais clássicas ligadas à mulher loira. Pintar o cabelo de loiro é assumir o pacote completo da identidade loira, não é somente ter os cabelos claros, mas sim, ser uma “loira de verdade”: é assumir uma imagem de feminilidade, beleza, exotismo, sensualidade e jovialidade. Há uma interação entre as representações sobre a mulher loira, veiculadas em sociedade, e a subjetividade dessas mulheres (que envolve as vantagens de ser loira, a questão da auto estima, o cabelo loiro como capital e demais pontos). Dessa maneira, reelaboram suas identidades criando novas maneiras de se relacionar com o mundo e consigo mesmas.

Bibliografia

- BERTAUX, Daniel. *L'a approche biographique: sa validé méthodologique, ses potentialités*. Cahiers int sociol: 1980.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- _____ *What makes a social class? On the theoretical and practical existence of groups*. Berkeley Journal of Sociology, n. 32, p. 1-49, 1987.
- BOUZÓN, Patrícia Gino. *Construindo identidade: um estudo etnográfico sobre manipulação da aparência em salões de beleza na cidade do Rio de Janeiro*. Tese (doutorado)- Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: 2010.
- FERREIRA, Jonas. *Simmel: da vida ao tempo*. Simmel e a construção da subjetividade no mundo moderno. Revista Brasileira de Ciências Sociais – ANPOCS; vol. 15, nº 44, p. 103 – 117, outubro. 2000.
- GLAT, Rosana. *Ser mãe e a vida continua*. Rio de Janeiro: Agir, 1994.

- GOLDENBERG, Mirian; *Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record, 2002.
- KAWULICH, Barbara. *Participant Observation as a Data Collection Method*. Forum: Qualitative Social Research. Vol. 6, nº 2, art. 43, may 2005. Freie Universität Berlin.
- MAUSS, Marcel. (1934). As técnicas do corpo. In: *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.
- PITMAN, Joanna. *On Blondes*. Londres: Bloomsbury Publishing PLc, 2003.
- QUEIROZ, Renato da Silva; OTTA, Emma. Beleza em foco: condicionantes culturais e psicobiológicos na definição da estética corporal. In: QUEIROZ, Renato da Silva (Org.). *O corpo do brasileiro: estudos de estética e beleza*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000. 181p.
- SALAZAR, Carlos. *Acting out the stereotype of the dumb blonde: from Catherine Rosalie-Duthé to Marilyn Monroe*. Academia.Edu. Disponível em: <http://www.academia.edu/1999140/Acting_Out_the_stereotype_of_the_Dumb_Blonde_from_Catherine-Rosalie_Duthe_to_Marilyn_Monroe>. Acesso em: 03 fev. 2014.
- WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução conceitual e teórica. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Tradução do próprio organizador. 7ª Ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2007.