

Globethics Repository



Ser homem ou mulher é uma questão em aberto [Being a man or a woman is an open question]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Portinari, Denise
Publisher	Instituto Humanitas Unisinos - IHU
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-07-15 23:34:10
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/162448

Ser homem ou mulher é uma questão em aberto

ENTREVISTA COM DENISE PORTINARI E FERNANDA COUTINHO

Para a psicóloga Denise Portinari, docente na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e para a publicitária Fernanda Coutinho, ser homem ou mulher é “ainda uma questão - literalmente, pois é uma questão que sempre permanece em aberto, de alguma maneira, na medida em que é impossível de ser fechada”. As declarações, dadas por e-mail à IHU On-Line, fazem parte da entrevista que segue.

Graduada em Psicologia pela PUC-Rio e especialista em Saúde Mental pelo Centro de Ensino do Hospital Psiquiátrico Pedro II, Portinari cursou mestrado e doutorado em Psicologia pela PUC-Rio. Sua tese chama-se A Crítica Freudiana da Sugestão. É autora de O Discurso da Homossexualidade Feminina. São Paulo: Brasiliense, 1989 e de inúmeros capítulos de livros, dentre os quais destacamos A roupa faz o homem? A moda como questão, escrito em parceria com Fernanda Coutinho e publicado na coletânea Culturas Jovens: novos mapas do afeto. Rio de Janeiro: Zahar, 2006, organizado por Maria Isabel Mendes de Almeida e Fernanda Eugenio.

Coutinho é graduada em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) e mestre em Artes e Design pela mesma instituição. Atualmente, leciona na Universidade Veiga de Almeida, no Rio de Janeiro. Publicou inúmeros artigos, dentre os quais destacamos o já mencionado A roupa faz o homem? Uma reflexão sobre os jovens, a moda e os processos de subjetivação na cultura contemporânea, com Denise Portinari.

IHU On-Line - Dentro do contexto do estudo de vocês, em específico o artigo A roupa faz o homem? Uma reflexão sobre os jovens, a moda e os processos de subjetivação na cultura contemporânea, como os jovens se relacionam com a moda?

Denise Portinari e Fernanda Coutinho - Acreditamos que o tema das relações entre "os jovens" e "a moda" deve ser abordado por meio de um questionamento inicial sobre a própria noção de "juventude", como forma de subjetividade construída historicamente e incorporada

pelos indivíduos por meio da ação naturalizadora do imaginário. Muito concisamente, podemos dizer que essa categoria - o jovem - foi constituída por diversas práticas e diversos discursos, superpostos e mesclados ao longo do tempo, desde o século XVIII. Ela começa a ser esboçada nos discursos médico e jurídico, aos quais se acrescentam a psicologia, sociologia, e pedagogia dos séculos XIX e XX, sendo apropriada de forma bastante decisiva pelos discursos ligados ao consumo e circulação

de mercadorias desde meados do século XX. É a partir daí que as "relações" entre o jovem e a moda podem começar a ser examinadas. Neste artigo, introduzimos nesse exame um terceiro termo, que é o da lei. O que é a moda, como "legislação", ou seja, como código de regulação dos corpos e das condutas? Quais as relações entre essa categoria, "os jovens", e essa forma de lei? Como isso se articula com as outras formas da lei?

***IHU On-Line* - Como as características desses jovens se expressam por meio da moda que consomem? Qual é o perfil desses jovens?**

Denise Portinari e Fernanda Coutinho - O problema é que, coisas como "a expressão da identidade através da moda", ou um "perfil" associado a certos hábitos de consumo, estamos falando sobre a visada pelo marketing e de outros discursos ligados ao consumo e à circulação de mercadorias. Isto é, estamos nos colocando no lugar de quem fala de determinadas premissas, que incluem a naturalização de formas de subjetividade e a crença em uma equivalência entre as categorias subjetivas e as vivências individuais. Portanto, em princípio, só podemos fazer associações entre identidades e perfis, de um lado, e categorias, imaginários e discursos, de outro. O que é preciso evitar aí é toda pressuposição sobre uma correspondência real com os indivíduos.

***IHU On-Line* - Vocês poderiam definir as diferenças entre a moda verdadeira da moda oficial?**

Denise Portinari e Fernanda Coutinho - Não sei se há uma "moda verdadeira". O que há são modismos que surgem mais ou menos espontaneamente, em determinados grupos, e que envolvem toda uma estética (determinadas peças de vestuário, cortes de cabelo, acessórios, tatuagens, gestos, entonações, objetos de uso pessoal etc.). Esses modismos, essa estética, às vezes são apropriados pelo mercado, que os explora e difunde, resultando, via de regra, em uma pasteurização,

uma banalização, um esvaziamento daquilo que poderia ter sido a sua força ou graça originais.

***IHU On-Line* - Como podemos compreender a liberdade de tendências suscitada pelos editoriais de moda e os códigos específicos de cada grupo, que entendem o uso de algumas coisas como "pagar mico"?**

Denise Portinari e Fernanda Coutinho - Os editoriais de moda - que fazem parte daquilo que Barthes chamou de "sistema de moda" - produzem toda uma retórica da liberdade, especialmente no que concerne "os jovens", figura mítica que habita essa mesma retórica. Todavia, a julgar-se pelo que se passa entre os chamados "jovens", os modismos específicos dos pequenos grupos podem ser bastante tirânicos, não deixando espaço para desvios ou divergências. O tênis tem que ser aquele tênis, o cabelo tem que ser aquele cabelo, etc. Os desvios e as divergências acarretam o "pagar mico", ou seja, passar vergonha.

***IHU On-Line* - Vocês poderiam explicar a afirmação contida no artigo de que o imaginário brasileiro relativo à identidade masculina se ampliou?**

Denise Portinari e Fernanda Coutinho - Partindo da premissa de que o imaginário, como bem afirma Portinari, é o registro pelo qual as formas de subjetividades são ofertadas aos indivíduos, que se "colam" a essas formas, podemos afirmar que nos dias atuais há um repertório maior de perfis de masculinidade que são sugeridos aos indivíduos. Portanto, é só comparar a gama de modelos de masculinidade encontrada no dias atuais com os antigos formatos sugeridos pela tradicional sociedade brasileira, que tinha como ideal de masculinidade um modelo menos flexível, digamos assim. Hoje, existe um número infinitamente maior de possibilidades, que podem incluir o uso de brincos, cabelos tingidos, culto ao corpo etc. Cabe chamar a atenção para os guias de estilos direcionados

ao homem vendidos nas livrarias: *Chic Homem - Manual de Moda e Estilo* da consultora de moda. São Paulo: Senac, 1998, de Gloria Kalil e *O Metrossexual - Um manual para o homem moderno*. São Paulo: Planeta do Brasil, 2004, de Michael Flocker são apenas alguns exemplos.

IHU On-Line - O que é a moda do "novo homem"? E o que foi a Revolução do Pavão? Há algo similar em nossos dias?

Denise Portinari e Fernanda Coutinho - Não acreditamos na existência de um "novo homem". Quando decidimos fazer uma reconstrução histórica para identificar este sujeito amplamente divulgado pelos veículos de comunicação de massa, percebemos que a preocupação com a aparência "sempre" esteve presente na vida dos indivíduos do sexo masculino. Entretanto, as formas como manifestavam este cuidado eram limitadas, já que o repertório era bem mais restrito. Contudo, podemos afirmar que este "novo homem" embute uma série de modelos resultantes de um longo processo de questionamento dos papéis sexuais e da própria sexualidade desencadeado na sociedade ocidental contemporânea. Já com relação à Revolução do Pavão, Valerie Steel, assim como muitos historiadores de moda, retrata a referida revolução como sendo, possivelmente, o período de desenvolvimento mais notável da indumentária dos anos 1960, cujo marco é a dramática transformação da vestimenta masculina. Neste período, o homem passou a usar estampas extravagantes, ternos sem colarinho, calças justas, rufos, babados, lapelas largas, camisas coloridas e psicodélicas. As roupas tornaram-se cada vez mais unissex. Homens e mulheres passaram a freqüentar as mesmas butiques e a comprar praticamente os mesmos produtos. Quanto ao fato de existir algum movimento semelhante nos dias de hoje, acreditamos que não. As tribos como as do

metrossexuais¹ e as dos emos² podem ser analisadas como pontua Lipovetsky³ como expressão de um traço da

¹ **Metrossexual**: termo originado nos finais dos anos 1990 pela junção das palavras metropolitano e heterossexual. Gíria usada para designar um homem heterossexual urbano excessivamente preocupado com a aparência, que gasta grande parte do seu tempo e dinheiro em cosméticos, acessórios e roupas de marca. A palavra foi usada, pela primeira vez, em 1994 pelo jornalista britânico Mark Simpson e foi aproveitada pelas revistas masculinas britânicas e norte-americanas para fazer desta definição o seu público-alvo. Depois da sua utilização ter decrescido nos EUA, o termo foi reintroduzido em 2000 a par da diminuição dos tabus relativos à cultura gay (e com a qual este termo era freqüentemente confundido). A popularização da palavra veio pela ligação que Mark Simpson fez dela com o jogador de futebol David Beckham. (Nota da *IHU On-Line*)

² **Emos**: Tribo formada por meninos e meninas de faixa etária entre 14 e 20 anos, que gostam de ouvir emotional hardcore, vertente do punk que mescla som pesado com letras românticas. Não escondem os sentimentos, expressam abertamente suas emoções, preconizam e praticam a tolerância sexual. Muitos dos garotos, por exemplo, afirmam gostar de namorar meninos e meninas. Visualmente, mesclam franjas caindo sobre o rosto e camisetas de motivos infantis (ex: Fred Flintstone e Hello Kitty) com botas do punk, cinto de rebites e munhequeiras. (Nota da *IHU On-Line*)

³ **Gilles Lipovetsky**: filósofo francês, professor na Universidade de Grenoble, França. Na edição 164 da *IHU On-Line*, de 14-11-2005, concedeu pessoalmente a entrevista *A educação liberal gerou a fragilização da massa*. Na edição 105, de 14-06-2004, concedeu a entrevista *Moda, luxo e hiperindividualismo*. Na edição número 143, de 30-05-2005, reproduzimos uma entrevista com o pensador francês sob o título *O filósofo da moda* e na 153ª edição, de 29 de agosto de 2005, uma resenha do livro *O Luxo Eterno*, realizada por Antônio Madalena, coordenador de eventos da Livraria Cultura, de Porto Alegre. Em 9-12-2006 as *Notícias Diárias* da página do IHU, www.unisinos.br/ihu, reproduzimos a entrevista "Nas sociedades antigas, havia a reza. Hoje, temos os shoppings", concedida originalmente à Zero Hora. Lipovetsky estará na Unisinos em maio de 2007, por ocasião do *Simpósio Internacional O futuro da autonomia. Uma sociedade de indivíduos?*, que acontece de 21 a 24-05-2007, proferindo a conferência *O futuro da autonomia e os tempos hipermodernos*. Escreveu, entre outros, *A era do vazio*. Lisboa: Relógio de Água, 1989; *O Crepúsculo do Dever: a ética indolor dos novos tempos democráticos*. Lisboa: Pub. D. Quixote, 1994 e *O Império do Efêmero*. A moda e o seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. (Nota da *IHU On-Line*)

personalidade, orientação cultural, estilo de vida e disposição estética.

***IHU On-Line* - A despeito da "indiferenciação" proposta pelo mercado, os jovens ainda fazem questão de conferir à moda que consomem um papel masculino ou feminino? Por quê?**

Denise Portinari e Fernanda Coutinho - Julgamos que sim. Esta resposta poderia ser dada de inúmeras formas e de diversos recortes. Entretanto, vamos mais uma vez recorrer ao Lipovetski quando ele declara que a diminuição das diferenças extremas entre homens e mulheres, não tem por objetivo alcançar a unificação das aparências, mas apresentar uma diferenciação sutil. Por trás da liberação dos costumes e da flexibilização dos papéis, afirma em seguida o autor, um interdito intocável continua sempre a organizar o sistema das aparências com uma força de interiorização subjetiva e imposição social: vestidos e maquiagens são apanágios do sexo feminino e, por conseguinte, rigorosamente proscritos ao homem. O masculino está condenado a desempenhar indefinidamente o masculino.

***IHU On-Line* - Ser homem ou mulher hoje é uma questão de gosto?**

Denise Portinari e Fernanda Coutinho - Podemos dizer que é ainda uma questão - literalmente, pois é uma questão que sempre permanece em aberto, de alguma maneira, na medida em que é impossível de ser fechada, ou "resolvida", como se diz - uma questão do desejo.

***IHU On-Line* - Nossa aparência virou nossa essência? Até que ponto o culto exagerado à aparência esconde as fragilidades do ser humano?**

Denise Portinari e Fernanda Coutinho - Não acreditamos em essência do sujeito. Diríamos apenas que sujeito é uma obra aberta em permanente construção e a preocupação com a aparência é mais um desses elementos que participam dessa construção. É verdade que o discurso predominante na sociedade de consumo contemporânea é sempre aquele que promete resolver, solucionar - obliterar - todas as questões que sustentam essa abertura, inclusive aquelas que concernem a aparência. Todavia, também há, ainda, na outra face desses discursos, toda uma condenação moralista da preocupação com a aparência, o visível, o superficial.