

RESENHA DE TESE

“UM REBOCO É UM REBOCO”: MAQUIAGEM COMO PERFORMANCE DE GÊNERO

André Henrique dos Santos Francisco¹

MESQUITA, Márcia. “*Um reboco é um reboco*”: *maquiagem como performance de gênero*. 2020. Tese (Doutorado em Antropologia) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2020.

Marcia Mesquita tem uma relação com questões de imagem e de estética já há algum tempo. Ela atuou como jornalista e produtora de moda por alguns anos e, desde o mestrado em Antropologia, quando pesquisou o colecionismo de imagens no *Pinterest*, tem estado atenta a questões de consumo, arte, estética e – por que não? – corpo e gênero.

Sua tese “*Um reboco é um reboco*”: *maquiagem como performance de gênero* foi apresentada em 2020 ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGA) da Universidade Federal Fluminense (UFF), como requisito para a obtenção do título de doutorado. O tema chama a atenção por sua originalidade e por estar diretamente ligado ao que chamamos de estudos de modernidade, ou seja, se vincula às vertentes da pesquisa científica que trata de diferentes tradições, aspectos e dimensões da sociedade, especialmente quando falamos em vida urbana, consumo, cultura material e imaterial, novas formas de sociabilidade e cultura digital.

Também desperta a curiosidade por sua conexão íntima com a vida cotidiana da grande maioria das mulheres em nossa sociedade. É o interesse não se restringe à comunidade acadêmica: a autora fala sobre sua surpresa, tanto no trabalho de campo quanto fora dele, com as reações das pessoas, reações de interesse (em sua maioria manifestado por mulheres) ou de refutação categórica. Impressiona, por exemplo, o quanto essas pessoas se abriam pra falar de suas inseguranças, preocupações e rotinas de cuidado etc., no que tange às maquiagens e às suas próprias peles, o que seria um sinal inequívoco do quanto a preocupação com a aparência, os cuidados com a pele e outras expressões de autocuidado estão cristalizados em nossas mentalidades como elementos constitutivos de ideias muito próprias de “feminino” e “feminilidade”. Assim, esses elementos ligados ao cuidado e à aparência podem ser entendidos como parte constituinte da construção identitária e das performances de gênero.

Embora não se trate de uma autoetnografia, um dos trunfos de Márcia Mesquita é trazer para a escrita da tese suas memórias e experiências pessoais. Com isso, a autora provoca uma aproximação e uma intimidade ainda maiores com o tema que, como disse anteriormente, faz parte da vida cotidiana. Ela captura a atenção do leitor não apenas quando traz as experiências das interlocutoras ou as falas que ouviu nos eventos que participou, mas também quando aparece no texto para além do papel de pesquisadora, compartilhando suas reminiscências e mesmo suas fotos – ela usa fotos de seu próprio rosto em diversos momentos para exemplificar os processos de construção de si discutidos na tese.

Em sua pesquisa, Márcia Mesquita se propõe a observar “a construção dos rostos de mulheres consumidoras de maquiagem através do seu uso e suas técnicas” (MESQUITA, 2020, p. 23), apresentando não apenas os hábitos, técnicas e saberes de suas interlocutoras, mas também contando suas histórias, gostos, intenções e preocupações, além de nos proporcionar debates interessantes e importantes sobre quem somos e como nos construímos dentro das sociedades em que vivemos. Para isso, ela frequentou feiras e eventos de cosméticos e produtos de beleza, participou de grupos e/ou comunidades virtuais de maquiagem, observou tutoriais *on-line* e participou de cursos, acompanhou virtual ou pessoalmente diversas pessoas (anônimas ou famosas) e, por fim, entrevistou algumas mulheres que toparam falar sobre sua relação com a maquiagem.

A autora nos apresenta a maquiagem como uma técnica corporal – aos moldes do que afirmam pensadores como Marcel Mauss (2017[1938]) e Judith Butler (2011) – que funciona como um dos elementos constitutivos de identidades pessoais. De acordo com ela, a pele é uma primeira fronteira entre o “eu”, os outros e o que nos rodeia e, através dela iniciamos, sensorialmente – e aqui, falamos não só do toque, mas do aspecto visual

¹ Doutorando em Antropologia pela Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: andreh77@gmail.com

–, nosso contato com o mundo. Assim, a forma como nos apresentamos é uma forma de se relacionar com o mundo, com a realidade que nos rodeia – e a construção do rosto se insere nessa construção de aparência e apresentação pessoal.

Marcia Mesquita também nos mostra como o nosso rosto é um elemento identificador e também identitário, assumindo um importante papel na construção de quem somos e nas formas como interagimos com o mundo: “somos reconhecidos e reconhecemos os outros pelas suas faces, mesmo que não lembremos os nomes: ‘você não me é estranho’. Nos apaixonamos ou nos traumatizamos com rostos que encantam ou assustam, que se apresentam ou se escondem em máscaras. Eles também estão ilustrando nossos documentos, comprovando nossas identidades civis” (MESQUITA, 2020, p. 133).

Um pouco além desse aspecto documental, na era digital, o rosto também está ligado “às identidades – civis ou não – nossas e dos outros e, ao consultar nossas redes sociais, nos deparamos com mais outros tantos rostos, fotografados pelas selfies, de nossos contatos ou de estranhos que acompanhamos virtualmente” (MESQUITA, 2020, p. 133). O rosto se tornou, ao longo do tempo, uma parte do corpo de grande destaque porque é algo que marca nossa presença no mundo.

Levando isso em consideração, o uso da maquiagem na construção do rosto funciona como um dos elementos constitutivos de quem somos e, culturalmente, de nossas identidades de gênero. Ora, já é ponto pacífico dentro das Ciências Sociais a concepção de que gênero é um construto social e que nossas identidades não são dadas, inatas ou naturais, mas sim fruto de um processo de aprendizado e reformulação constante. Marcia Mesquita não se furta a debater sobre o tema, dialogando elegantemente com diversos autores para, enfim, nos trazer novamente a percepção de Simone de Beauvoir (2019[1949]) de que “não se nasce mulher, torna-se mulher”, ou seja, ser mulher significa construir(-se) constantemente, considerando as ideias, temperamentos e comportamentos que são associados à noção de (gênero) feminino.

Assim, o mote da pesquisa é pensar como estes procedimentos (re)conhecidos como maquiagem “influenciam, reafirmam, transformam, desconstróem, enfim, se impõem como um fato importante, embora corriqueiro na construção social desse ‘eu’ em diferentes momentos, desde os mais prosaicos até os mais críticos” (MESQUITA, 2020, p. 135).

É interessante perceber que esse ato de “tornar-se mulher” é um processo constante de construção de uma feminilidade que, geralmente, perpassa também por constantes construções do próprio rosto e da forma como a pessoa se apresenta e quer ser vista. Não é à toa que diversos produtos e marcas tem nomes que remetem à arquitetura e construção civil – como é o caso

da base que, tanto na construção de um prédio quanto na construção de um rosto, tem um papel de fundação, fundamento de sustentação.

Já que estamos falando em maquiagem e construção, a metáfora do reboco não surge à toa. Essa expressão é utilizada por várias das pessoas que Márcia Mesquita entrevistou, mas também é usada corriqueiramente em nossa sociedade para se referir à maquiagem. O reboco tem um forte apelo estético e funcional nas obras de construção civil e, da mesma forma, tem seu impacto na construção dos rostos: é um revestimento que dá forma, que promove um certo nivelamento, que embeleza e até mesmo que protege. Como ressalta a autora, essas mulheres realizam uma construção estética do rosto como uma forma de performarem expressões múltiplas de gênero.

A construção do gênero é algo relacional, ou seja, se dá através das relações que estabelecemos dentro na nossa sociedade: nosso “eu” se constrói em relação a uma variedade de “outros”. É interessante notar isso não só pela relação afetiva que Márcia Mesquita, suas interlocutoras e todo um universo de mulheres nutrem por seus produtos e suas produções, mas também por falas que vão no sentido contrário. Essa oposição/refutação também nos mostra que esse tipo de autocuidado é parte constituinte dessa construção do feminino.

A autora afirma que “o ato de se maquiar ou se apresentar socialmente maquiada é importante para as identidades de gênero das mulheres. Ou, usando os termos de Butler, para a performatividade do gênero feminino dentro do contexto heterossexual vigente, mesmo levando-se em conta as identidades profissionais envolvidas. Ainda que de forma inconsciente, este aspecto do que é considerado extremamente feminino surgia como uma confissão e uma autocobrança” (MESQUITA, 2020, p. 192).

Ao acionar esse conceito de performatividade (BUTLER, 2016), Márcia Mesquita nos remete ao gênero como um movimento de constante fazer(-se), um devir. “Dentro da chamada sociedade heteronormativa, fêmeas performariam o gênero feminino através da ‘feminilidade’, ou seja, objetos, trejeitos considerados femininos, inclusive para manifestar o interesse sexual e afetivo por homens. [...] Além disso, a performatividade do gênero teria um caráter imitativo do que se espera socialmente dele” (MESQUITA, 2020, p. 189-190).

Dentro dessa perspectiva, ao longo da vida, nesse processo constante de “tornar-se mulher”, o ato de adquirir produtos e de maquiar-se funciona quase como um rito de passagem: à medida que vai “brincar de adulta”, a menina “vai aprendendo a se tornar atraente pela aparência e o uso de objetos considerados adultos, como é a maquiagem [...]. Esta narrativa da mulher mais velha iniciando a adolescente no ‘mundo adulto’ é comum entre as narrativas. Guardadas as devidas diferenças quanto às

estruturas sociais e noções de pessoas de uma sociedade ocidental contemporânea e uma tradicional, percebo esse início do uso da maquiagem como uma forma de passagem para a vida adulta” (MESQUITA, 2020, p. 193). Apesar do aspecto lúdico e quase ritualístico, a autora nos lembra que, nesse processo de “iniciação” do gênero feminino, esses símbolos marcadores são, muitas das vezes, declaradamente impostos e forçosamente naturalizados.

Seguindo a tendência dos estudos de modernidade, a autora inicia um debate sobre como o interesse por maquiagem dessas mulheres, sobretudo as mais jovens, é também (e cada vez mais) atravessado pelo âmbito virtual, especialmente pelo sucesso de celebridades e *influencers*. Como defende a autora, na atualidade e afetados por essas relações sociais mediadas pela internet, “passamos por mudanças nesse hábito de se maquiar, tanto na quantidade de itens que as mulheres tinham acesso, se dispunham a usar e encontravam disponíveis no mercado, quanto na frequência de uso da maquiagem, na forma de pintar o rosto e na importância que ela passou a ter socialmente no contexto das formas de apresentação de si” (MESQUITA, 2020, p. 73).

A autora ainda afirma que, com a centralidade do rosto nas sociedades ocidentais modernas e contemporâneas no que tange à representação da imagem humana e como principal marcador da individualidade, “a maquiagem entraria como um elemento de manipulação do mesmo, ainda que esta interferência seja a menor possível em seus traços e características” (p. 233). Numa pequena perambulação virtual, podemos notar não apenas a quantidade grande canais e tutoriais *on-line* de maquiagem, mas também todo um universo de filtros de imagem – especialmente no Instagram – utilizados para maquiar virtualmente, suavizar traços, alterar cores etc.

É possível observar um recorte claro no trabalho de campo de Márcia Mesquita, que diz respeito à faixa etária, que compreende sobretudo mulheres jovens. E talvez coubesse aqui uma reflexão um pouco maior sobre a cobrança em cima da mulher de ser bela e do quanto isso está associado a um ideal de juventude. Mas é importante ressaltar que a autora traz para a luz o debate sobre como a concepção do que é o feminino foi sendo desenvolvida a partir da dominação masculina, sendo um elemento determinante, por exemplo, para o estabelecimento de uma série de performatividades de gênero e para a própria divisão social do trabalho.

O “controle” da mulher vai sendo exercido cada vez mais através da imagem e do incentivo ao consumo. A beleza como caractere feminino faz parte do esquema de dominação masculina. Há uma cobrança constante depositada em cima das mulheres com relação à sua aparência, afinal, o controle da imagem é também o controle dos corpos. Espera-se dos corpos femininos que

sejam belos, sublimes e doces e essa mesma expectativa também recai sobre os rostos.

Nesse âmbito, Márcia Mesquita fala sobre essa preocupação que observou em suas entrevistadas e nos grupos que participou a respeito da produção de uma maquiagem considerada “natural”, que ressalte bons atributos, que esconda imperfeições e, especialmente, que não pareça exagerada. A partir disso, a autora faz uma interessante discussão sobre como é naturalizado todo esse processo sociotécnico de construção dos rostos através do ato de (se) maquiar, e como isso se reflete nessa busca por um rosto “natural” com a maquiagem – e do quanto, de fato, toda a nossa construção corporal é artificial (o que não significa que não seja real).

A ditadura da beleza é uma forma de subjugar as mulheres. E a busca por essa beleza – uma beleza idealizada que, por si mesma, é inalcançável – se torna um motor do consumo de produtos de beleza, de autocuidado, de maquiagem. E a autora vai nos mostrando que esse processo de consumo se retroalimenta: há uma cobrança pela beleza feminina que impulsiona uma demanda por cosméticos, que por sua vez proporciona às mulheres ferramentas para criar em cima de seus rostos e estabelecer outros parâmetros para a beleza feminina, o que desencadeia novas cobranças pela beleza feminina, e por aí vai. O poder transformador é enorme: “foram as mulheres das classes médias e trabalhadoras urbanas em países como Inglaterra, França e Estados Unidos que promoveram modificações nos costumes da aparência que vieram influenciar as mudanças no século seguinte” (MESQUITA, 2020, p. 182).

E, nesse aspecto, as mídias têm um papel fundamental na cristalização de imagens no inconsciente coletivo e na geração de demandas de beleza feminina. Tanto a imprensa como o cinema, por exemplo, promoveram mudanças em relação à percepção da aparência da mulher, bem como na construção e difusão de padrões de beleza hegemônicos. “O aumento da circulação de imagens teria gerado a popularização também da preocupação com a aparência entre mulheres de classes mais baixas, uma maior comparação e tentativas de seguir aquele modelo exposto pela imagem” (MESQUITA, 2020, p. 186).

Na construção do feminino, impactada pelas novas formas de se relacionar com o social, a maquiagem é perceptível “como um fenômeno de consumo de massa e toda a cultura material criada pela indústria em torno disso” (MESQUITA, 2020, p. 34). Num resgate de suas memórias acerca da penteadeira de sua mãe e num exercício de reflexão sobre a maquiagem atualmente, ela compara o impressionante aumento do “arsenal” de produtos armazenados e mesmo utilizados e traz todo esse aspecto técnico quase artístico da construção do rosto. Acredito, inclusive, que parte do aumento do número de marcas, o surgimento de novos produtos e a evolução de

outros produtos já existentes esteja ligado a um incentivo cada vez maior de consumir cosméticos.

Embora credite o aumento no interesse por produtos principalmente à influência de *blogs*, canais do Youtube ou perfis no Instagram, acredito que a autora poderia resgatar também a influência de outras mídias mais “tradicionais”, mesmo que de forma preliminar ou menos efetiva. Afinal, apesar de estarmos experimentando transformações no universo da produção audiovisual, ainda temos, por exemplo, as novelas e o interesse que elas despertam e a construção de rostos e performances que elas proporcionam. Ou, também, podemos recordar de como programas de TV que apresentavam a transformação do visual de algum espectador/participante (como por exemplo o “Esquadrão da Moda” no início do século XXI ou ainda o quadro “Transformação” do programa da Xuxa nos anos 1990).

Mas a autora não se furta a falar da influência de programas de nicho que tiveram maior difusão por conta da televisão a cabo ou da internet, tais como *RuPaul's Drag Race*, cuja maquiagem artística das participantes é ponto alto da atração e brinca com essa exacerbação do feminino; bem como fala de *Kim Kardashian* e seus profissionais maquiadores, que atuam em diversas mídias e estabeleceram novos padrões de maquiagem a serem buscados na construção dos rostos femininos.

Embora tenha se concentrado em mulheres cisgênero, Márcia Mesquita também observou alguns rostos de mulheres transgênero em suas perambulações (presenciais ou virtuais). E mesmo não sendo essa questão de gênero o ponto principal do seu trabalho, isso é tratado de uma forma muito interessante em seu texto.

Primeiramente, reafirma que gênero é construção, que é “um eterno devir, e precisa ser constantemente reafirmado através de um discurso heteronormativo” (MESQUITA, 2020, p. 176) e que, assim, “as questões de gênero atravessam todas as demais que justificam os motivos para se maquiar” (MESQUITA, 2020, p. 176). A partir daí, ao utilizar o conceito de “performatividade” para falar da maquiagem como elemento de construção de performances do feminino, ela também resgata a proposição de Butler (2011) de que todo o gênero é, neste sentido... *drag!*

Ou seja, tal como Butler, Márcia Mesquita parte do princípio de que estamos todos, a todo momento, performando o gênero e usando objetos em nossos corpos com essa finalidade. E os produtos de maquiagem bem como as técnicas para se maquiar assumem esse papel de dispositivos de “controle” do gênero feminino. No caso das *drags queens*, a maquiagem é uma performance artística que mimetiza, de forma exagerada, o feminino.

Retomo aqui o entendimento da autora de que a maquiagem é um elemento que confere feminilidade para citar sua importância na passabilidade das mulheres

trans: a maquiagem é usada para construir o rosto dessas mulheres e lhes conferir um status “natural” de feminilidade. Do outro lado, podemos também entender uma proposição do senso comum de que a barba é a maquiagem do homem: atualmente, tem sido adotada pelo padrão estético, mas por muitas décadas já vem sendo enxergada como marcador de identidades masculinas – tanto é que se torna algo desejado por homens trans como algo que lhes confere legitimidade como homens.

A maquiagem, portanto, torna-se um elemento de legitimação e de adequação porque – mais uma metáfora de construção – nivela e normaliza. Isso torna-se bastante perceptível quando Márcia Mesquita cita o caso de Rafaela. Trata-se de uma de suas interlocutoras, mulher cisgênero que, num dado momento da vida, tem sua pele profundamente marcada em consequência da rosácea que a acometeu. Aqui, a autora resgata o conceito de estigma de Goffman para ilustrar que a pele marcada de Rafaela “deteriora sua identidade social e imobiliza a sua ‘troca’ de fachada” (MESQUITA, 2020, p. 201). Diferente do uso recreativo e artístico, é a necessidade de adequação que marca o caso de Rafaela, que precisa de maquiagem para esconder seus estigmas não apenas no rosto, mas também no corpo: “a maquiagem para ela [Rafaela] deixou de ser algo que ela usava porque gostava, mas a única possibilidade de ela se apresentar aos outros. Para poder apresentar-se tanto no ambiente familiar como público, ela precisava cobrir-se” (MESQUITA, 2020, p. 201). Se tomarmos esse aspecto, acredito que indivíduos trans também apresentam “estigmas” que, por essa chave de adequação, podem ser cobertos e lhes garantir passabilidade.

Como um bom trabalho antropológico, a tese de Márcia Mesquita abre espaço para muitas novas perguntas e mais reflexões sobre questões que perpassam o gênero, tais como raça, classe, status, juventude e envelhecimento, consumo, controle de corpos, expressão política, dominação masculina, entre outros.

Nas observações da autora em sua pesquisa, é perceptível que “estar no mundo” é algo “experenciado principalmente a partir da construção estética de si mesmas, no meu caso, uma construção estética com base no uso intenso e no engajamento da maquiagem como um dispositivo não apenas de apresentação de si através do rosto, mas de construção dele, para além de outros elementos de suas aparências” (MESQUITA, 2020, p. 230). A maquiagem entra como um elemento constitutivo da aparência, a construção do rosto que é – para as entrevistadas de Márcia Mesquita, mas creio que para a grande parte das mulheres – “uma das principais formas de expressar suas identidades sociais e subjetividades” (MESQUITA, 2020, p. 175).

Por fim, é importante perceber que a moda é feita de fluxos e contra-fluxos, que os padrões estéticos

mudam ao longo do tempo e que, como sujeitos construídos dentro de nossas culturas, somos todos, em maior ou menor medida, afetados por esses padrões estéticos e de comportamento. A construção de nós mesmos passa toda uma construção estética: construir seu rosto é construir seu gênero, é construir um modo de ser e de estar no mundo.

Referências

BEAUVOIR, S. de. *O segundo sexo*. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2019 [1949]. 2 v.

BUTLER, J. *Bodies that matter: on the discursive limits of sex*. New York: Routledge, 2011.

BUTLER, J. *Problemas de gênero: Feminismo e a subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2016.

MAUSS, M. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Ubu Editora, 2017 [1938].

MESQUITA, M. “*Um reboco é um reboco*”: *Maquiagem como performance de gênero*. 2020. Tese (Doutorado em Antropologia) - Universidade Federal Fluminense, Programa de Pós- Graduação em Antropologia. Niterói, 2020.