A INDUSTRIALIZAÇÃO DO PRAZER FEMININO

Ana Cristina Canosa Gonçalves¹

INDUSTRIALIZING OF FEMALE PLEASURE

Resumo: Este artigo propõe uma reflexão sobre como a revolução industrial influenciou na sexualidade feminina. Para os claros avanços obtidos desde o século XVIII, também o prazer sexual feminino segue por vezes os ditames dos processos industriais que atualmente prevêem uma produção ‘enxuta’: maquinários sofisticados, menos mão-de-obra e pouco tempo ocioso.

Palavras-chave: Industrialização; prazer sexual feminino; produção ‘enxuta’

313

Abstract: This article considers a reflection about how the industrial revolution influenced in the female sexuality. For considerable advances gotten since the 18th century, also the sexual female pleasure to follow the idea of industrial processes that nowadays suggest a **customized** production: sophisticated machinery, less man power and less free time.

Keywords: Industrializing; sexual female pleasure; customized production.

A revolução Industrial

O processo de industrialização teve início na Inglaterra na metade do século XVIII. A substituição das ferramentas pelas máquinas, da energia humana pela energia motriz e do modo de produção doméstico pelo sistema fabril, promoveu enorme impacto sobre a estrutura social (WEINBERG, M., 2002; ARRUDA, PILLETI, 2003; KOSHIBA, 2000). Em termos de avaliação dos processos de industrialização e seus efeitos no comércio e economia, outras

¹ Psicóloga. Especialista em Educação e Terapia sexual pela FMABC/SBRASH. Coordenadora da pós-graduação em Educação sexual do Centro Universitário Salesiano (UNISAL).
e-mail: acanosa@uol.com.br

duas grandes revoluções Industriais são consideradas: a segunda, ocorreu no final do século XX, com o crescimento da disponibilidade do aço e a necessidade de um sistema de produção eficiente e da maximização de resultados. As empresas de sociedade anônima passam a financiar pesquisas básicas e aplicadas, acelerando o processo de desenvolvimento científico e tecnológico que encontrasse soluções para delinear desejos que pudessem ser satisfeitos através do consumo de bens duráveis e adaptáveis às necessidades dos consumidores e às antigas estruturas industriais. Os consumidores passam a ser alvo das modificações e superações tecnológicas, haja vista que os produtos antes estavam projetados a se adaptar à máquina, e não ao consumidor. O automóvel está para a segunda revolução industrial como a máquina a vapor está para a primeira. Também a energia elétrica promoveu o *start* para uma série de novas produções: os bens de consumo duráveis da sociedade moderna. Dentre eles, as utilidades domésticas encontram no movimento feminista a possibilidade de vender a idéia da “libertação do trabalho doméstico”, sedimentando a importante posição do Marketing na era do consumo e de um momento da passagem da sociedade burguesa para a sociedade moderna. Para aumentar a produtividade do trabalho, Frederick W. Taylor cria um método de administração científica conhecido como *Taylorismo* (COPEVE, s/d): para maximizar a produtividade é a própria linha de montagem que se transforma no controlador do ritmo de trabalho. Métodos eficazes de produção são repassados aos trabalhadores que se transformam em executadores de tarefas pré-definidas.

A terceira revolução industrial, a mais atual, conhecida pelo conceito de Reengenharia se iniciou no Japão e é baseada na produção enxuta: combinar novas técnicas gerenciais com máquinas cada vez mais sofisticadas para produzir mais com menos recursos e menos mão de obra. Como o maquinário é muito caro, o tempo ocioso precisa ser evitado a todo custo. Na era da informação, “tempo” é uma mercadoria crítica e as corporações estão reorganizando o sistema de hierarquia para que o controle da produção seja informatizado, alimentado por poucas pessoas e com acesso a todos. As tomadas de decisão são feitas em níveis mais baixos de comando e por aqueles que estão mais próximos da produção. Uma das conseqüências desse terceiro momento do processo de industrialização é justamente o aumento do desemprego (CASTELLS, 1999).

A Industrialização do prazer feminino

A industrialização atrela o ser humano cada vez mais à técnica e à tecnologia. A verdade depositada no “progresso” da ciência e da tecnologia colocou o homem

moderno diante da necessidade de trabalhar para concretizar essa verdade, justamente porque entende que os produtos irão satisfazê-lo integralmente.

O século XX presenciou grandes mudanças em relação ao comportamento sexual feminino. Com a descoberta da pílula anticoncepcional e os avanços da industrialização, uma desestabilização dos vínculos tradicionais abalou crenças e comportamentos enraizados por muitas décadas. Segundo De Sant'Anna (s/d) a liberdade feminina perpassou as conquistas de direitos ao voto, ao estudo universitário, ao ingresso no mercado de trabalho. Desde o final da década de 50 do século passado, aparece uma crescente necessidade de mostrar o corpo seminu parecer um pouco 'biruta', demonstrando coragem e charme. Escapar de regras ou condutas previsíveis podia assim, contribuir para a conquista e admiração pública da época. Os anos 70 foram também influenciados por uma 'leitura' da psicanálise que associava liberdade à não repressão, ao combate à frustração.

“A gestão de si mesmo”, tal como a gestão de uma empresa se torna uma prova e um testemunho de capacidade individual de vencer sempre e a concorrência e todas as contrariedades em qualquer esfera da vida cotidiana. Não por acaso, as revistas femininas começam a estimular, de modo imperativo, a inquisição de saberes propícios a fazer de toda mulher uma 'vencedora', seja no esporte, no amor ou no trabalho. Vencer sempre, implicava, contudo, a necessidade de fabricar um corpo capaz de ser ao mesmo tempo livre e seguro” (DE SANT'ANNA, s/d, p.9).

Este “corpo livre” produz novos estudos, conquistas, constatações e verdades: abre-se espaço para a 'indústria do corpo': academias, clínicas de estética, *spas*, estilistas, cremes contra gordura, celulite e envelhecimento, revistas de boa forma. O corpo se exhibe e fica a serviço da produção que o domina, utilizando-se da ilusão de fazê-lo saudável, forte, potente, funcional e belo (ALMEIDA, 2002).

Além disso, o sexo para a mulher, antes limitado às experiências dentro do matrimônio, onde o prazer estava relegado à sorte das que podiam usufruir de experimentações positivas no contato íntimo com seus parceiros, passou a ser também desvendado pela ciência sexual e amplamente publicado pela mídia. O orgasmo feminino tornou-se um desejo legítimo, um “presente” a ser ganho pelas mulheres que conquistaram sua liberdade sexual. Múltiplos para as que o conquistassem mais rápido ou com maior criatividade. Uma série de produtos eróticos surgiu para auxiliar a conquista do prazer feminino, bem como, uma série de medicamentos foi criada para garantir o sucesso de desempenho sexual masculino. Está vinculado ao processo de

industrialização e mercado o surgimento de uma pornografia consumível, por meio do cinema, da TV, das revistas, dos livros, do marketing e da internet. Segundo notícia publicada em 8 de junho de 2004 no *site* Computerworld (<http://computerworld.uol.com.br/segurnca/2004/06/08/idgnoticia>), as lojas virtuais tiveram aumento de cerca de 40% no total do faturamento registrado no mês de junho de 2004 (por ocasião do Dia dos Namorados), em relação ao mesmo mês, no ano anterior (2003). Segundo o site de comparação de preços *Bondfaro* (<http://www.bondfaro.com.br>), os artigos eróticos – DVDs, VHS, entre outros, foram aqueles que apresentaram maior variação de procura: 115%. Na seqüência apareceram flores (101%), chocolates (100%), roupas íntimas femininas (91%) e bichos de pelúcia (66%). Segundo Guilherme Pacheco, diretor executivo do *Bondfaro*: “Sempre observamos o aumento do apelo da internet em produtos eróticos nesta época do ano. Isso porque ela garante anonimato total...” (<http://computerworld.uol.com.br/segurnca/2004/06/08/idgnoticia>).

Sem dúvida alguma a industrialização, desde seu início em meados do século XVIII, foi processo importante para que a sexualidade humana acompanhasse o desenvolvimento social em todas as suas dimensões, das descobertas das ciências, das possibilidades de busca de prazer, do auxílio nas disfunções sexuais e na conquista feminina de um desejo sexual legitimado como parte integrante e importante para qualquer pessoa. Temos na atualidade um corpo liberto e bastante assessorado e, à sua disposição, técnicas sexuais, aparelhos de estimulação, literatura, estatísticas, profissionais especializados.

Cabe a cada um de nós também fazer um balanço. O prazer sexual acompanhou a revolução industrial: foi no mesmo século XVIII que a industrialização da borracha atrelada à evolução tecnológica característica da revolução industrial permitiu que os preservativos de látex, diafragmas e as chamadas “capas cervicais” substituíssem os unguentos e as pastas de ervas até então usados como métodos contraceptivos (DIÊGOLI, s/d in PEREIRA, s/d). Neste sentido, a sexualidade feminina encontra maior possibilidade de dissociar relação sexual de procriação e acompanha o processo da revolução industrial. Aliado a outros fatos importantes para a ciência sexual, percebemos que a sexualidade sai do ambiente privado para ganhar o espaço público e aquilo que antes era manufaturado no modo de produção doméstica (unguentos, ervas) passa a ser aderido ao sistema de produção em massa.

Com a entrada das mulheres no mercado de trabalho e prevendo as novas possibilidades mercadológicas, a indústria começa a produzir uma “nova mulher do século XX”, fornecendo todos os tipos de materiais de consumo

que permitissem sua também nova concepção de prazer: bens de consumo que as libertassem das tarefas domésticas, produtos literários que as estimulassem, produtos de beleza, roupas, produtos eróticos que as tornassem sensuais. No entanto, assim como na segunda revolução industrial, o prazer feminino também acompanhou um sistema de produção que tinha de ser eficiente com maximização de resultados. Segundo o conceito do *taylorismo* da época, no qual a própria linha de montagem se transforma no controlador do ritmo do trabalho e o trabalhador executa tarefas pré-definidas, os produtos de veiculação das novidades a serem adquiridas e dos modelos a serem copiados dão o “tom”. Contaminadas por esse movimento industrial, a sociedade incorporou o sentido da execução de tarefas pré-definidas, como se pudéssemos colocar todo o sentido do prazer sexual das mulheres em um único formato: dar um salto para um resultado máximo e eficiente. O montante de cirurgias plásticas para aplicar o corpo ao molde, toda a troca de roupas a cada estação, a mudança da cor dos cabelos, a quantidade de exercícios a seguir e todas as práticas de sedução a aprender. Finalmente, a indústria do prazer sexual feminino segue o atual modo de produção enxuta, com máquinas cada vez mais sofisticadas para produzir mais com menos recursos e menos mão de obra. *Como o maquinário é muito caro, o tempo ocioso precisa ser evitado a todo custo.*

Em uma rápida visita a qualquer *sex shop* dos grandes centros urbanos, ou às lojas virtuais, encontramos maquinários caros, com múltiplas funções. São vibradores de todas as espécies, dimensões, cores, muitos com bolinhas coloridas dentro, feitas de plástico, silicone ou ferro, que prometem massagear o canal vaginal e produzir prazer indescritível, enquanto outras saliências estimulam o clitóris, e outras ainda o púbis. *Como o maquinário é muito caro, o tempo ocioso precisa ser evitado...*

No entanto, na contramão de toda a benesse que a industrialização permitiu ao prazer da mulher, o aprisionamento do corpo novamente se deu: agora para além das conquistas profissionais, da maternidade e da relação amorosa, é necessário estar saudável e bonita para, em tão pouco tempo e com o pouco tempo que resta, usufruir o prazer conquistado. Pois justamente é o tempo ocioso o capaz de permitir à mulher que se descubra e permita que o outro possa descobri-la. De certo que um orgasmo obtido através dos estímulos rítmicos e constantes de um massagedor clitoridiano é gloriosa conquista para as mulheres que nunca sentiram tal experiência. Infelizmente, a mesma idéia ‘enxuta’, de produzir mais com menos mão-de-obra, tem favorecido a algumas mulheres a capacidade de ter orgasmos solitários com seus maquinários e a incapacidade de tê-los junto a sua parceria amorosa. Esta idéia falseada

de que é possível comprar o próprio prazer tem tempo curto; logo essas mesmas pessoas se deparam com uma antiga angústia: a necessidade de ter um encontro amoroso legítimo, que venha preencher parcialmente o vazio existencial, neurótico e necessário para impulsionar todo e qualquer indivíduo à criação. Esta sim uma idéia psicanalítica que permanece presente por mais de um século e que permite através de um certo “ócio” a sua manifestação mais verdadeira.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, C. de L. M. Corpo e História: Ciência, saber, poder, prazer – Parte IV. 2002 *Educar na sociedade da informação*. Disponível em: <http://www.cidade.usp.br/educar/?monografias/masculinofeminino/corpohist1/6>. Acesso em: 17.06.2005.

ARRUDA, J.J.; PILETTI, N. *Toda a História*. São Paulo: Ática, 2003.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. A era da informação: economia, sociedade e cultura. vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2ª edição, 1999

COPEVE. *6ª aula*. s/d. Disponível em: <http://www.ufv.br/dee/evonir/46104.htm>. Acesso em 15.05.2005.

DE SANT'ANNA, D. B. *Representações sociais da liberdade e do controle de si*. s/d. Disponível em: <http://historica.arquivoestado.sp.gov.br/materias/antteriores/edicao05/materia01/liberdade.pdf>. Acesso em: 20.05.2005.

DIÊGOLI, M. IN: PEREIRA, C. Saúde da Mulher. *Isto é online*, s/d. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoe/biblioteca/saudemulher/anticoncepcionais.htm>. Acesso em: 23.05.2005

KOSHIBA, L. *História*. Origens, estruturas e processos. São Paulo: Atual, 2000.

WEINBERG, M. *American Capitalism*. EUA: www.newhistory.org, 2002. Acesso em 03.06.2005.