

**VII ENCONTRO INTERNACIONAL DO
CONPEDI/BRAGA - PORTUGAL**

**SOCIOLOGIA, ANTROPOLOGIA E CULTURA
JURÍDICAS**

ENOQUE FEITOSA SOBREIRA FILHO

PATRÍCIA JERÓNIMO

ALEXANDRA MARIA RODRIGUES ARAUJO

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS

Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN

Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP

Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC

Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Representante Discente – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

Conselho Fiscal:

Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR

Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini Sanches – UNINOVE

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)

Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

Secretarias:

Relações Institucionais – Ministro José Barroso Filho – IDP

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF

Educação Jurídica – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDI

Eventos – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC

Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG

Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA

Comunicação – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

S678

Sociologia, antropologia e culturas jurídicas [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/ UMinho

Coordenadores: Alexandra Maria Rodrigues Araujo; Enoque Feitosa Sobreira Filho;
Patrícia Jerónimo – Florianópolis: CONPEDI, 2017.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-499-0

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Interconstitucionalidade: Democracia e Cidadania de Direitos na Sociedade Mundial - Atualização e Perspectivas

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Internacionais. 2. Realidade social. 3. Conflito. 4. Cultura
VII Encontro Internacional do CONPEDI (7. : 2017 : Braga, Portugal).

CDU: 34



VII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI/BRAGA - PORTUGAL

SOCIOLOGIA, ANTROPOLOGIA E CULTURA JURÍDICAS

Apresentação

Os artigos aqui publicados foram apresentados no Grupo de Trabalho subordinado ao tema “Sociologia, Antropologia e Culturas Jurídicas”, inserido no VII Encontro Internacional do CONPEDI, que teve lugar nos dias 7 e 8 de setembro de 2017, em Braga (Portugal), em parceria com a Universidade do Minho (UMinho), através do Centro de Estudos em Direito da União Europeia (CEDU).

Daize Fernanda Wagner analisa a célebre decisão do Supremo Tribunal Federal brasileiro no processo de demarcação da Terra Indígena Raposa Serra do Sol, de 2009, centrando-se na discussão da pertinência da fixação pelo Supremo de um marco temporal de ocupação – 5 de outubro de 1988 – como requisito para o reconhecimento do direito originário dos indígenas sobre as terras que tradicionalmente ocupam. Convocando o estatuto jurídico da causa indígena definido em sede constitucional, a autora critica a opção do Supremo por fixar uma limitação temporal sem apoio na Constituição – opção mantida em decisões posteriores sobre a mesma matéria – e conclui que estamos perante uma “afronta aos direitos constitucionais dos indígenas”. A autora discute a influência do marco temporal fixado pelo Supremo no processo Raposa Serra do Sol através da análise das decisões nos processos de demarcação da Terra Indígena Jatayvary (em que o “precedente” Raposa Serra do Sol foi afastado) e de demarcação da Terra Indígena Guyraroka e da Terra Indígena Limão Verde (em que o marco temporal foi decisivo para negar os direitos dos indígenas). Apesar de admitir que ainda é cedo para afirmar categoricamente qual o caminho que o Supremo irá trilhar nestas matérias, a autora observa que a posição que está a ganhar força é no sentido de fazer aplicar o marco temporal à demarcação das terras indígenas, com desconsideração da identidade étnica e dos traços culturais próprios de cada etnia indígena.

Mariana Paiva Frizzera e Cristina Grobério Pazó partem dos dados relativos ao superendividamento das mulheres no setor da beleza no Brasil para refletirem criticamente sobre os limites que subsistem à emancipação feminina, já que, como observam, apesar de todas as conquistas alcançadas, as mulheres parecem continuar “presas às amarras da beleza feminina enquanto instrumento para a construção da sua identidade”. O que sobretudo preocupa as autoras é a percepção de que as mulheres se submetem a dietas e a cirurgias estéticas, entre outros meios utilizados para se “sentirem mais bonitas”, por a isso serem condicionadas para poderem ser vistas e ouvidas em sociedade. As autoras defendem, por

isso, a importância da teoria do reconhecimento “como forma de ressignificar a mulher” e discutem os contributos desta teoria a partir da obra de dois autores – Axel Honneth e Nancy Fraser –, procurando saber como construir o reconhecimento feminino para além da beleza.

A fase conclusiva das apresentações do Grupo de Trabalho foi deixada aberta à avaliação dos participantes, os quais destacaram a relevância científica das produções apresentadas ao Encontro e o enriquecedor debate e contribuições académicas havidas no âmbito da relevante atividade intelectual desenvolvida no Grupo de Trabalho por professores, estudantes e pesquisadores presentes, oriundos de instituições brasileiras e estrangeiras da maior relevância, no centro sediado na Universidade do Minho.

Prof.^a Doutora Patrícia Jerónimo – UMinho

Prof. Doutor Enoque Feitosa Sobreira Filho – UFPB

Doutora Alexandra Rodrigues Araújo – UMinho

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Revista CONPEDI Law Review, conforme previsto no artigo 7.3 do edital do evento. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

SUPERENDIVIDAMENTO FEMININO NO BRASIL CONTEMPORÂNEO: UMA ANÁLISE DO CORPO COMO CAPITAL E DO MITO DA BELEZA À LUZ DA TEORIA DO RECONHECIMENTO

FEMININE OVER INDEBTEDNESS IN CONTEMPORARY BRAZIL: AN ANALYSIS OF THE BODY AS CAPITAL AND THE MYTH OF BEAUTY AT THE LIGHT OF THE THEORY OF RECOGNITION

Mariana Paiva Frizzera ¹
Cristina Grobério Pazó ²

Resumo

O artigo busca analisar o superendividamento feminino no mercado de beleza, como forma de compreender a origem do mito da beleza que torna o corpo um capital e um objeto de consumo. Importa perceber a imposição de um padrão ideal impossível de ser alcançado, como uma decorrência do sistema político e econômico, que precisa desses desejos não satisfeitos para se perpetuar. Foram delineadas as teorias do reconhecimento desenvolvidas por Honneth e por Fraser e seus reflexos na sociedade de consumo, propondo-se compatibilizá-las, com a finalidade de construir uma identidade feminina para além da beleza.

Palavras-chave: Consumo, Corpo como capital, Mito da beleza, Reconhecimento

Abstract/Resumen/Résumé

This study aims to analyze feminine over indebtedness in the market of beauty, as a way to understand the origin of the myth of beauty what makes body a capital and an object of consumption. It is important to realize the imposition of an ideal standard impossible to be reached as consequence of political and economical system which needs these desires not satisfied to be perpetuated. The theories of recognition developed by Honneth and by Fraser and their reflexes in the society of consumption were delineated, proposing to make them compatible to build up an identity beyond beauty.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Consumption, Body as capital, Myth of beauty, Recognition

¹ Mestranda do PPGD em Direitos e Garantias Fundamentais pela FDV. Integrante do Grupo de Pesquisa Direito, Sociedade e Cultura.

² Doutorado em Direito pela Universidade Gama Filho. Professora da Faculdade Estácio de Sá de Vitória.

INTRODUÇÃO

Há uma visão de que a conquista de direitos produz uma expansão da liberdade, da autonomia pessoal, da dignidade, todavia isso não tem acontecido, na prática, em relação às mulheres. Vários direitos foram positivados como forma de garantir esses princípios, mas concomitantemente, cresceram os índices ligados aos distúrbios alimentares, cirurgias plásticas, dietas que prometem perda de peso rapidamente, como forma de conquistar um padrão de corpo considerado belo, o qual precisa ser jovem e magro. Em razão disso, ainda que se considere todos os ganhos alcançados pelas mulheres, faz-se necessário perguntar se elas realmente são livres ou se estão presas às amarras da beleza feminina enquanto instrumento para a construção da sua identidade.

Portanto, a relevância teórica desse estudo está na necessidade de realizar uma pesquisa, a fim de evidenciar a temática do superendividamento das mulheres no setor de beleza no Brasil. Segundo Mirian Goldenberg (2010b, p. 34), muito embora o tema referente à gênero e corpo tenha sido trabalhado por alguns autores no início do século XX, foi apenas no final desse século e início do século XXI que ele ganhou importância social e acadêmica. Antes, esses temas eram considerados fúteis, “coisas de mulherzinha” e não era dada a devida importância social, principalmente em um país como o Brasil em que imperam problemas como desigualdade, desemprego, corrupção, fome e violência.

O corpo no Brasil é um importante capital em diversos setores, como no trabalho, no casamento, na sexualidade, inclusive é utilizado como um instrumento de ascensão social pelas camadas mais pobres. Para alcançá-lo é necessário um grande investimento, tanto financeiro quanto de tempo e sofrimento.

Assim, é extremamente relevante o desenvolvimento do presente tema, pois o problema não está relacionado ao fato das mulheres quererem se submeter às cirurgias estéticas, usar maquiagem, frequentar habitualmente salões de beleza, fazer dietas. A grande questão está no fato delas serem condicionadas a fazerem isso como forma de serem vistas e ouvidas na sociedade. Portanto, o erro não está nos meios utilizados pelas mulheres para sentirem-se mais bonitas, e sim no fato de que sem eles, elas sentem-se como se tivessem perdido a sua identidade, ficando invisíveis.

Ressalta-se que entender o fenômeno do superendividamento das mulheres no Brasil em relação ao mercado de beleza, implica em compreender que isso não é uma questão relacionada apenas às mulheres, e sim à uma estrutura de poder político e econômico.

Na atual sociedade, denominada de sociedade do consumo, tudo torna-se consumível, desde os objetos até as próprias relações entre os seres humanos. Nesse contexto, o corpo ganha destaque, sendo o objeto mais desejado. Para que ele torne-se esse objeto de consumo são impostos padrões de beleza, a fim de atender às necessidades que são criadas pela sociedade.

Com a entrada das mulheres no mercado de trabalho, ocupando posições cada vez mais elevadas, tornou-se necessário criar um mecanismo para desvalorizá-las, depreciá-las, qual seja: o mito da beleza.

Posto isso, percebe-se a importância do estudo da teoria do reconhecimento como forma de ressignificar a mulher. Na presente pesquisa, essa teoria será desenvolvida com base no pensamento do filósofo e sociólogo alemão, Axel Honneth, e da filósofa norte-americana, Nancy Fraser. Muito embora sejam comuns trabalhos mostrando o embate entre os autores, também é possível haver uma aproximação entre eles como forma de proporcionar soluções mais adequadas aos problemas vivenciados em nossa época.

Assim, a partir da análise da realidade social enfrentada pelas mulheres superendividadas, é pertinente fazer o seguinte questionamento: como construir o reconhecimento feminino para além da beleza?

Para tanto, em um primeiro momento será analisado o corpo como capital e o mito da beleza, expressões utilizadas por Mirian Goldenberg e Naomi Wolf, respectivamente.

No segundo item será investigada a sociedade de consumo a partir do marco teórico de Jean Baudrillard e Zygmunt Bauman, demonstrando como ela age sobre as relações estabelecidas entre sujeito-objeto e entre as próprias pessoas, objetivando-as.

Avançando, será exposta as teorias do reconhecimento desenvolvidas por Axel Honneth e por Nancy Fraser, aplicando-as à falta de reconhecimento vivenciadas pelas mulheres, as quais só conseguem adquirir visibilidade por meio da beleza.

Por fim, verificar-se-á a possibilidade de interlocução entre as duas teorias de reconhecimento delineadas anteriormente com o objetivo de possibilitar o reconhecimento das mulheres para além do campo da beleza.

O tema será analisado à luz do método dialético em conformidade ao questionamento que se faz em relação ao reconhecimento feminino, pois conforme ficou demonstrado, existe uma contradição entre os direitos alcançados pelas mulheres nas últimas décadas, as fissuras abertas na estrutura de poder e a necessidade de se adequar a um modelo idealizado de mulher, em que a obesidade e a velhice são rechaçadas, fazendo com que os direitos

alcançados não consigam produzir a autonomia que é esperada. Esses direitos não são reconhecidos e significados como eles deveriam ser.

Por esses motivos, justifica-se a pertinência da presente pesquisa como forma de contribuir para a construção do reconhecimento feminino para além da beleza que é colocada pelo mundo Ocidental como universal e imutável.

1 O CORPO FEMININO COMO CAPITAL E O MITO DA BELEZA

No Brasil, existe um padrão de corpo que é considerado superior aos demais e que diferencia aquele que o possui e, por isso, é tido por Mirian Goldenberg (2010) como um capital. Trata-se de um corpo jovem, magro, em boa forma e sexy que é conquistado por meio de altos investimentos financeiros, além de trabalho e sofrimento.

Nesse sentido, segundo a historiadora francesa Michele Perrot (2015, p. 47), os encantos femininos começaram a se constituir enquanto capital quando ocorre a expansão do casamento por amor, processo no qual as mulheres do século XIX tiveram grande importância e tem sua consolidação no século XX. Nesse momento, os termos de troca deixam de ser uma aliança entre as famílias e passam a ser a beleza e a atração física. Em decorrência disso, a autora afirma que é possível um homem rico desejar uma mulher pobre, mas ela deve ser bela.

Paralelamente, tem-se um processo de transformações conhecido como Revolução Industrial, que, para Naomi Wolf (1992, p. 17), representou a origem do mito da beleza na sua forma moderna. Isso porque antes da invenção das tecnologias de produção em massa não havia como difundir amplamente um padrão de físico ideal. Com a industrialização, ocorre o desmantelamento da unidade de trabalho familiar e passa-se a exigir o trabalho fora de casa. Soma-se a isso a diminuição do tamanho das famílias, a alfabetização das mulheres, o progresso do estilo de vida e a descoberta de novas tecnologias que reproduzem imagens que retratam a aparência que as mulheres devem ter.

Foi a partir de 1980 que “a beleza deixou de ser apenas uma forma simbólica de moeda. Ela passou a ser o próprio dinheiro” (WOLF, 1992, p. 26), pois a entrada das mulheres no mercado de trabalho e a ocupação de cargos cada vez mais elevados, fez com que ocorresse uma formalização do mercado matrimonial por meio do mercado de trabalho.

Houve um aprimoramento do mito da beleza à medida em que as mulheres provocavam fissuras na estrutura de poder, como forma de promover a sua discriminação pela beleza e, com isso, proporcionar a manutenção da mesma. Quanto mais próxima do poder a

mulher está, maior é a pressão exercida pelo mito da beleza, mas as mulheres das classes mais baixas também estão submetidas à ele, uma vez que é a forma que elas possuem de ter visibilidade e poderem ascender socialmente.

Portanto, as mulheres adquirem visibilidade por meio da beleza. Ainda que elas não sejam competentes no seu trabalho, se forem lindas, serão visíveis. Entretanto, mesmo que sejam competentes e bonitas, ao envelhecerem tornam-se invisíveis, não importando qual a sua ocupação (WOLF, 19992, p. 45).

Em suma, a mulher é representada por uma imagem, por uma aparência. De acordo com Michele Perrot (2015, p. 50), o primeiro mandamento das mulheres é a beleza, ou seja, “seja bela e cale-se”. O Renascimento é marcado pela partilha sexual entre a beleza feminina e a força masculina; até o século XIX valorizava-se o rosto e o busto; no século XX há um interesse maior pelas pernas; em 1990 há uma obsessão pela magreza de forma quase anoréxica.

O século XX é responsável pelo resgate das mulheres feias, pois todas as mulheres podem ser bonitas, trata-se apenas de uma questão de maquiagem, cosméticos, vestuário, isto é, “[...] ninguém tem o direito de ser feia. A estética é uma ética” (PERROT, 2015, p. 50).

O culto ao corpo se tornou a verdadeira obsessão do início do século XXI e, especialmente, em relação às mulheres das camadas médias urbanas, transformou-se em um estilo de vida (GOLDENBERG, 2010b, p. 34).

É possível dizer que há uma ambiguidade nas revoluções feministas, visto que ao mesmo tempo que trouxe conquistas, também apontou algumas armadilhas, uma vez que houve avanços em relação à sexualidade, ao trabalho e à família, mas a perfeição física fez com que as mulheres não buscassem uma identidade, e sim uma identificação com a tríade: beleza-saúde-juventude. Conseqüentemente, a mulher continua submissa, agora não mais a uma figura individualizada, como o pai, o marido, o médico ou o padre, mas a uma figura invisível: a imagem veiculada nos meios de comunicação de massa (DEL PRIORE, 2013, p. 176-178).

A beleza é, então, um capital nas relações amorosas e na conquista do matrimônio, mas trata-se de uma relação desigual, visto que é reservado para o homem o papel ativo, enquanto sedutor, já a mulher deve ser apenas o objeto dessa sedução (PERROT, 2015, p. 50).

Goldenberg (2010a, p. 9) também afirma que o corpo é um importante capital em diversos campos, tais como no mercado de casamento, no mercado sexual e no mercado profissional. Em razão disso, ela vai pesquisar o modo como as mulheres vivenciam o envelhecimento.

No depoimento das brasileiras, o envelhecimento era associado a quatro ideias recorrentes: falta, invisibilidade, aposentadoria e liberdade. Comparando o discurso das brasileiras com as alemãs, as três primeiras ideias apenas apareceram no depoimento daquelas. Já as alemãs vivenciam o envelhecimento como um momento de realização e possibilidades, evidenciando o trabalho, a saúde e a qualidade de vida que conquistaram (GOLDENBERG, 2010a, p. 10-12).

Algumas pesquisadas também consideram os cinquenta como um momento de libertação do papel de esposa e mãe. Contudo, as alemãs falam em emancipação, considerando que essa é uma conquista de uma vida toda, desde jovens, enquanto a libertação das brasileiras tem a conotação de uma conquista tardia que só veio após cumprirem os seus papéis obrigatórios (GOLDENBERG, 2010a, p. 13).

No Brasil, tenho observado um abismo enorme entre o poder objetivo das mulheres pesquisadas, o poder real que elas conquistaram, em diferentes domínios (sucesso, dinheiro, prestígio, reconhecimento e, até mesmo, a boa forma física) e a miséria subjetiva que aparece em seus discursos (gordura, flacidez, decadência do corpo, insônia, doença, medo, solidão, rejeição, abandono, vazio, falta, invisibilidade e aposentadoria). Observando a aparência das alemãs e das brasileiras pesquisadas, as últimas parecem muito mais jovens e em boa forma do que as primeiras, mas se sentem subjetivamente muito mais velhas e desvalorizadas (GOLDENBERG, 2010a, p. 14).

Essa disparidade faz com que as mulheres tenham que se submeter a inúmeros procedimentos estéticos, cirurgias, dietas para parecerem mais jovens e magras, esquecendo-se de todas as suas conquistas, uma vez que o seu discurso apenas enfatiza o que falta no seu corpo. Com isso, o envelhecimento é vivenciado pelas brasileiras como um momento de perda de capital.

Isso não significa que os homens envelheçam menos em comparação às mulheres, sob o ponto de vista físico, na verdade eles só envelhecem menos no que diz respeito ao *status* social. Assim, o tempo que transparece no rosto da mulher é visto como um defeito, enquanto que nos homens indica personalidade. Por esse motivo, as mulheres veem o seu corpo de forma negativa (WOLF, 1992, p. 122-123).

O mito da beleza tem como consequência uma redução do amor-próprio das mulheres, o que traz altos lucros para as empresas, ou seja, o mito possui uma característica mais política do que efetivamente sexual. No Brasil, o corpo que é mais valorizado é aquele corpo cuidado, sem marcas, como rugas, estrias, celulites, manchas; e sem gordura, flacidez. Esse é o corpo que deve ser reproduzido e imitado. Isso ocorre não porque esse é o tipo de corpo considerado mais bonito, e sim porque ele demanda altos investimentos financeiros.

Consequentemente, o culto ao corpo não é para todos, ele pertence àquelas pessoas que possuem capital para frequentar certas academias, possuem *personal trainers*, investem em *body fitness*. Essa lógica acaba criando um novo mercado consumidor destinado à população feminina que não pode arcar com essas práticas dispendiosas, como o canal de TV Shoptime e os catálogos em domicílio que possuem preços mais acessíveis. “A beleza é vendida como uma promessa para todas!” (DEL PRIORE, 2013, p. 240-241).

De acordo com a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (2014), os brasileiros, em especial a mulher brasileira, é a que mais faz cirurgia plástica no mundo, após a norte-americana. Segundo Wolf (1992, p. 109), a cirurgia plástica, ao eliminar os sinais da idade do rosto da mulher, acaba apagando a sua história e a sua identidade, tornando-as todas iguais.

Goldenberg (2010b, p. 48) explica que o Brasil é singular nessa área em razão do impulso com que a decisão de transformar o corpo é tomada. Os principais motivos para realizar uma cirurgia plástica são: “[...] atenuar o envelhecimento, corrigir defeitos físicos e esculpir um corpo perfeito”. Essa última motivação é a que mais é utilizada no Brasil.

A mulher ideal platônica (WOLF, 1992, p. 15) apenas existe no plano dos desejos que nunca são completamente satisfeitos e é, justamente, essa separação entre o desejo e a satisfação que torna o mercado da beleza lucrativo dentro da sociedade de consumidores, visto que as mulheres sempre vão buscar a beleza ideal, que é impossível de ser alcançada.

2 A SOCIEDADE DE CONSUMO

Especialmente a partir da segunda metade do século XX, com o avanço do sistema capitalista e a sua globalização, nasce um novo modelo social, conhecido como sociedade de consumo.

Essa sociedade é marcada pela abundância e variedade de objetos. Os homens encontram-se rodeados não por pessoas, mas por uma opulência de objetos e, assim, o que importa não são tanto as relações interpessoais, e sim as relações formadas com os objetos (BAUDRILLARD, 2014, p. 13).

A lógica da sociedade de consumo opera de forma a tornar perpétua a não-satisfação de seus membros. Criam-se necessidades, desejos e vontades que à medida que são satisfeitos dão origem à novas necessidades, desejos e vontades. Isso acaba por gerar um vício, visto que o próprio mercado desvaloriza os seus produtos, incentivando o consumo (BAUMAN, 2008, p. 64).

No passado, os objetos eram produzidos para terem a máxima duração possível. Atualmente, as pessoas vivem o tempo dos objetos, eles já nascem com um prazo de validade para que possam ser substituídos por outros (BAUDRILLARD, 2014, p. 14).

Assim como a relação estabelecida entre sujeito e objeto, as relações humanas também não são duradouras, sendo substituíveis. Os vínculos estabelecidos na atividade de consumo são frágeis e leves, determinados pela situação. A busca pela satisfação dos desejos pelo consumo é uma prática solitária e individual (BAUMAN, 2008, p. 101).

Nesse contexto, o corpo é um exemplo da transformação das pessoas em objeto. Ele tornou-se um objeto de salvação diante da obsessão pela juventude e pela magreza, sendo o mais belo e valioso bem. A beleza deixou de ser natural e um complemento dos atributos morais para se transformar em uma qualidade indispensável.

Para Baudrillard (2014, p. 177) o corpo é tanto um capital quanto um objeto de consumo. Nota-se que a redescoberta do corpo está ligada aos objetos: higiene, maquiagem, bronzamento, moda. Portanto, o único desejo libertado é o da compra, sendo muito comum as mulheres recorrerem aos salões de beleza, aos tratamentos estéticos, cirurgias plásticas, como forma de redescobrir o seu corpo.

Importa que o indivíduo tome a si mesmo como objecto, como o mais belo dos objectos e como o material de troca mais precioso, para que, ao nível do corpo desconstruído, da sexualidade desconstruída, venha a instituir-se um processo económico de rendibilidade (BAUDRILLARD, 2014, p. 178).

Seguindo a lógica delineada por Wolf (1992), Baudrillard (2014, p. 181- 183) também associa a libertação da mulher ao corpo: “[...] a mulher aparentemente libertada confunde-se com o corpo aparentemente libertado”. Com isso ele não quer negar a evolução real das mulheres, mas sim que essa relativa emancipação feminina e do corpo desdobram-se numa objetivação como mito.

A economia necessita da submissão das mulheres ao mito da beleza para o desenvolvimento da sociedade industrial, visto que o corpo e a beleza ajudam a vender. Sobre esse assunto, Bauman (2008, p. 23-24) afirma que a subjetividade na sociedade de consumidores é um fetiche, uma vez que ela é responsável por ocultar a realidade, qual seja: a compra e venda de símbolos utilizados na estruturação de uma identidade ao invés do produto final em si considerado.

Na sociedade de consumidores há uma frequente exploração dos desejos de consumo, de modo a evitar que as necessidades sejam satisfeitas. Uma das características dessa

sociedade é a desvalorização da durabilidade e, por conseguinte, as empresas especializadas em bens duráveis passam a valorizar o “trabalho de limpeza” que remove esses bens substituindo-os por outros mais modernos.

Nesse sentido, é importante citar as empresas especializadas em “skin trades” que vendem serviços voltados para os corpos dos clientes, sendo que o maior lucro advém dos serviços de remoção e descarte de gordura corporal, rugas faciais, acne, odores, depressão, entre outros (BAUMAN, 2008, p. 53).

Há uma obsessão pela magreza que não é natural. Da mesma forma que em outros lugares e em outros momentos a gordura já foi associada à beleza, atualmente, ela está indissociável da magreza. Só existe uma opção possível que é ser magra e esbelta, de acordo com a atual economia, o que gera um processo de solicitude repressiva em relação ao corpo (BAUDRILLARD, 2014, p. 186-187).

Pelo exposto, grande parte da população, diante da falta de condições de conseguir saciar as suas vontades, recorre às ofertas de crédito, criando-se a necessidade de empréstimos. A possibilidade de poder pagar depois leva os consumidores a comprarem aquilo que desejam, todavia, esse pagamento adiado torna-se o “agora” no momento do adimplemento dos empréstimos, o que dificultará a realização de novas compras, surgindo a necessidade de contrair novos empréstimos.

O crédito é considerado um direito do consumidor e do cidadão, de modo que uma supressão do crédito seria entendida como uma supressão da liberdade por parte do Estado. Trata-se de um fator decisivo na estratégia do desejo, pois ocorre uma antecipação da satisfação pelos objetos (BAUDRILLARD, 2015, p. 165-166).

Nas gerações anteriores, trabalhava-se para depois poder comprar, todavia, atualmente, o consumo antecede o trabalho e, assim, trabalha-se para poder pagar o que comprou. Há um ciclo vicioso em que os consumidores ao terminarem de pagar um objeto ou enquanto estão pagando, já encontram-se insatisfeitos necessitando adquirir outro objeto para satisfazer o seu desejo. Isso pode ter como consequência a dificuldade cada vez maior de arcar com os vencimentos, havendo grande possibilidade de que eles comprem outro objeto à crédito como uma forma de consolo (BAUDRILLARD, 2015, p. 168-171).

Recente matéria veiculada no jornal A Tribuna mostrou que mulheres estão recorrendo a financiamento em até 96 vezes, a fim de realizarem o sonho de colocarem implante de silicone (BECALLI; PROSCHOLDT, 2016, p. 2).

O problema relacionado à preocupação das mulheres com a beleza e ao consequente superendividamento no Brasil pode ser percebido por meio de dados estatísticos. No decorrer

dos anos, é possível notar um grande aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho. Em 2011, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2012), cerca de 63,9% das mulheres ocupadas tinham entre 25 e 49 anos de idade.

Esse crescimento da quantidade de mulheres com carteira assinada e o aumento do poder aquisitivo das classes mais baixas fez com que o mercado de beleza se sofisticasse.

O setor de beleza, em especial os que possuem um foco mais popular, têm alcançado um crescimento de até 30% ao ano. Ao comparar com a expansão da economia do país, nota-se que os negócios de beleza a superaram em mais de 17 vezes. Em 2014, uma estimativa realizada pelo Instituto Data Popular previu que os gastos dos brasileiros com higiene e beleza chegariam a R\$ 59,9 bilhões e desse total R\$ 29,4 bilhões são desembolsados pela classe média, R\$ 20,4 bilhões pela classe alta e R\$ 10,2 bilhões pela classe baixa (PORTAL NEGÓCIO ESTÉTICA, 2014).

Ademais, a *International Society of Aesthetic Plastic Surgery* apresentou um relatório no qual constava a quantidade de cirurgias plásticas realizadas ao redor do mundo em 2013. O número total foi de 23 milhões, sendo que o Brasil foi o país que mais realizou procedimentos cirúrgicos, com 1.491.721 milhão, inclusive ficando à frente dos Estados Unidos, apesar de ainda liderar o volume de cirurgias plásticas. As cirurgias que mais foram realizadas no Brasil foram a lipoaspiração e a colocação de prótese mamária. Ressalta-se ainda que do número total, as mulheres representam 87,2% das pessoas que fizeram cirurgia plástica, equivalendo a mais de 20 milhões (SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA, 2014).

A beleza deixou de ser algo natural e um complemento das qualidades morais, tornando-se um imperativo absoluto e uma qualidade fundamental das mulheres que cuidam do seu rosto como cuidam da sua alma (BAUDRILLARD, 2014, p. 174).

3 A TEORIA DO RECONHECIMENTO DE NANCY FRASER E AXEL HONNETH

As reivindicações por reconhecimento social estão relacionadas à constituição das sociedades modernas, momento marcado pela busca por inclusão na esfera pública por parte de grupos até então considerados invisíveis. Cada vez mais esse tema tem ganhado visibilidade nos países centrais e periféricos, com o objetivo de desenvolver uma teoria crítica voltada para os problemas das sociedades contemporâneas (MATTOS, 2006, p. 15).

Os novos movimentos sociais passaram a inserir demandas que não necessariamente passavam pela ordem econômica, introduzindo questões como multiculturalismo, cidadania, gênero, sexualidade, raça, direitos humanos, dentre outras, que têm sido objetos de estudo pela teoria do reconhecimento.

Diversos autores procuraram trabalhar a categoria social-filosófica introduzida por Hegel, tais como: Charles Taylor, Axel Honneth e Nancy Fraser. Cada qual desenvolveu a sua teoria de modo próprio e distinto, havendo divergências, ao mesmo tempo em que é possível estabelecer diálogos entre eles. A ideia que unifica todos esses autores e que é a característica principal das chamadas teorias críticas, é o fato de que os conflitos sociais são impulsionados pela luta por respeito e reconhecimento, ou seja, o enfoque está na ação e não na realidade que é dada (MATTOS, 2006, p. 15).

Na presente pesquisa, optou-se por utilizar as matrizes do reconhecimento de Axel Honneth e Nancy Fraser, expondo as principais ideias presentes na teoria de cada um dos autores.

3.1 AS ESFERAS DO RECONHECIMENTO DE HONNETH: AMOR, DIREITO E SOLIDARIEDADE

Honneth tem como objetivo explicar que os conflitos sociais estão embasados na luta por reconhecimento e que essa luta promove as mudanças e a evolução da sociedade.

Para desenvolver a sua teoria, Honneth resgata os primeiros trabalhos de Hegel, chamados de trabalhos da juventude de Jena, pois acredita que neles existem *insights* importantes que não foram completamente desenvolvidas por Hegel. Este elaborou a sua teoria de forma abstrata e metafísica, enquanto Honneth busca comprovar empiricamente o modo como ocorre as diferentes dimensões do processo de reconhecimento. Para tanto, ele recorre à pesquisas de Herbert Mead sobre psicologia social compreendida no processo de reconhecimento recíproco (MATTOS, 2006, p. 87).

Mead, da mesma forma que Hegel, entende que a identidade está relacionada ao reconhecimento intersubjetivo e que a evolução da sociedade depende da luta por reconhecimento, mas Mead consegue comprovar isso empiricamente por meio do significado psíquico (MATTOS, 2006, p. 88).

Com base na análise de Honneth (2007, p. 83), o núcleo da teoria do reconhecimento de Hegel está no fato de que o progresso ético verifica-se em uma série de etapas, cada qual

com padrões de reconhecimento mais exigentes, que são permeados por lutar intersubjetivas, nas quais os indivíduos buscam ter aceitação para poderem reivindicar a sua própria identidade.

Os conceitos de *Me* e *I* desenvolvidos por Mead esclarecem isso. O *Me* é a imagem que o outro faz de mim, enquanto o *I* só existe quando eu tenho a capacidade de colocar o meu julgamento sobre relações práticas na perspectiva do outro, ou seja, o sujeito só consegue desenvolver a sua identidade quando aprende a sua própria ação a partir do outro (HONNETH, 2003, p. 130).

Mead ainda desenvolve o conceito de *outro generalizado*. O indivíduo passa por um processo de socialização no qual ele irá aprender as normas de ações sociais por meio da generalização de expectativas de comportamentos dos outros indivíduos. Os sujeitos sabem quais obrigações eles tem em uma sociedade, ao mesmo tempo que eles possuem interesses que devem ser respeitados pelos outros. Dessa forma, o reconhecimento social é um processo mútuo (HONNETH, 2003, p. 136).

As relações intersubjetivas estão voltadas ao reconhecimento individual e recíproco dos sujeitos presentes na esfera social. Entretanto, existem estruturas de poder que geram conflitos e tensões, originando os movimentos de luta social e permitindo formas cada vez mais amplas de reconhecimento recíproco (HONNETH, 2003, p. 156).

A luta social é baseada em três esferas do reconhecimento recíproco: o amor, o direito e a solidariedade, os quais dizem respeito à necessidade de afirmação moral da autoconfiança, do autorrespeito e da autoestima, respectivamente.

O amor representa o primeiro estágio do reconhecimento recíproco e ele permite o desenvolvimento da autoconfiança nas relações intersubjetivas. Novamente, Honneth (2003, p. 160) recorre aos estudos realizados por Hegel, o qual entende que a efetivação do amor confirma os sujeitos enquanto indivíduos mutuamente carentes; na experiência recíproca da dedicação amorosa, eles são unidos pela dependência um do outro.

Além disso, visto que carências e afetos só podem de certo modo receber “confirmação” porque são diretamente satisfeitos ou correspondidos, o próprio reconhecimento deve possuir aqui o caráter de assentimento e encorajamento afetivo; nesse sentido, essa relação de reconhecimento está também ligada de maneira necessária à existência corporal dos outros concretos, os quais demonstram entre si sentimentos de estima especial.

As relações amorosas, para Honneth (2003, p. 159), compreendem as relações primárias que são estabelecidas entre poucas pessoas com ligações emotivas fortes, tais como as relações sexuais entre dois parceiros, de amizade e de pais e filhos.

O segundo estágio é o reconhecimento jurídico, que é o reconhecimento do indivíduo como sujeito de direitos nas relações sociais. O direito permite a consolidação do autorrespeito do sujeito quando em contato com as demais pessoas do grupo social, de modo que ele se compreende enquanto parte daquele grupo. Por conseguinte, essa forma de reconhecimento possibilita a efetivação do *status* de cidadão:

Para poder agir como uma pessoa moralmente imputável, o indivíduo não precisa somente da proteção jurídica contra interferências em sua esfera de liberdade, mas também da possibilidade juridicamente assegurada de participação no processo público de formação da vontade, da qual ele faz uso, porém, somente quando lhe compete ao mesmo tempo um certo nível de vida. Por isso, nos últimos séculos, em unidade com os enriquecimentos que experimenta o status jurídico do cidadão individual, foi-se ampliando também o conjunto de todas as capacidades que caracterizam o ser humano constitutivamente como pessoa (HONNETH, 2003, p. 193).

Para Mead, assim como para Hegel, há no direito uma constante exigência para a expansão da liberdade, pois o aparecimento de um conjunto de ideais normativos indica o crescimento da autonomia pessoal. Isso porque os indivíduos apenas podem defender seus interesses na medida em que antecipam uma coletividade que permite um espaço maior para o exercício das liberdades individuais. Ademais, há uma ampliação da comunidade a partir da universalização de valores particulares que a ultrapassam (MATTOS, 2006, p. 89).

A terceira dimensão do reconhecimento intersubjetivo é a solidariedade que é o reconhecimento das especificidades do indivíduo pelos parceiros na interação social. A autocompreensão cultural da sociedade “determina os critérios pelos quais se orienta a estima social das pessoas, já que suas capacidades e realizações são julgadas intersubjetivamente, conforme a medida em que cooperam na implementação de valores culturalmente definidos” (HONNETH, 2003, p. 200).

Se a estima social é determinada pelos objetivos éticos que predominam em uma sociedade, seu alcance vai depender da expansão dos valores socialmente definidos. Quanto maior for a abertura dos objetivos éticos, mais simétrica serão as relações estabelecidas entre os membros da sociedade (HONNETH, 2003, p. 200).

Portanto, a solidariedade social está relacionada à possibilidade de que qualquer sujeito tenha suas qualidades e especificidades reconhecidas como relevantes e necessárias para a sociedade (MATTOS, 2006, p. 93).

O objetivo principal de Honneth era desenvolver uma teoria crítica do reconhecimento que permitisse pensar o processo emancipatório a partir do não-reconhecimento. A lesão a cada um desses estágios do reconhecimento geram danos à formação da identidade do sujeito e à forma como ele interage na relações intersubjetivas.

A primeira forma de desrespeito é a violação à integridade corporal, como a tortura e o estupro, que retiram do indivíduo a autonomia individual sobre o corpo e, com isso, ele perde a confiança no mundo. É por meio do amor que o sujeito consegue desenvolver a sua autoconfiança corporal (HONNETH, 2007, p. 85). As lesões físicas não são constituídas apenas pela dor corporal, mas, principalmente, pelo sentimento de estar subordinado à vontade do outro, sem qualquer proteção, perdendo até o sentido de realidade (HONNETH, 2003, p. 215).

A segunda forma de lesão ocorre por meio da negação dos direitos e, conseqüentemente, da exclusão social. A ação positiva que permite o reconhecimento é o autorrespeito, pois o não-reconhecimento na esfera jurídica retira a capacidade do sujeito de referir a si mesmo como um cidadão, como parte do grupo social e possuidor de direitos iguais (HONNETH, 2007, p. 86).

Por fim, o desrespeito ainda pode depreciar o valor das formas de auto-realização que “[...] resulta em não permitir que os sujeitos em questão se relacionem com as habilidades adquiridas ao longo de suas vidas, em relação à estima social” (HONNETH, 2007, p. 87).

A violação à autoestima atinge a honra e a dignidade dos sujeitos e ocorre por meio da valorização dos padrões dominantes que degradam algumas formas de vida ou de crença consideradas de menor valor, retirando dos sujeitos a possibilidade de atribuírem às suas capacidades um valor social (HONNETH, 2003, p. 217). A atitude positiva que permite o reconhecimento é a autoestima, a qual possibilita que os sujeitos encontrem aceitação da sua especificidade e individualidade.

É possível notar essas formas de desrespeito no campo do mercado da beleza. Em relação ao amor, não existe uma violência física tão expressa quanto no caso da tortura ou do estupro. No mercado da beleza o inimigo é invisível, a discriminação é institucional. Em testes para medir o amor-próprio as mulheres fazem menos pontos do que os homens, existe um ódio que é internalizado nelas mesmas (WOLF, 1992, p. 151).

A identidade feminina é construída com base na beleza, tornando-as vulneráveis, de modo que não conseguem construir o seu amor-próprio. Consequentemente, as mulheres começam a fazer uso de métodos que violam a sua integridade corporal e psíquica, podendo chegar à anorexia e à bulimia, por exemplo. Há uma pulsão agressiva em relação ao corpo.

Também é possível visualizar um desrespeito ao reconhecimento jurídico, como no campo do trabalho em que as mulheres trabalham mais do que os homens porque elas tiveram que assumir o papel de dona de casa, de profissional que faz carreira e de profissional da beleza. Assim, além de haver uma dificuldade maior para as mulheres ascenderem a altos cargos, elas ainda recebem valores mais baixos ao desempenharem o mesmo trabalho do homem e são condicionadas a investirem somas de dinheiro e dedicação no mercado da beleza, o que antes só era exigido para as profissionais de alto nível de visibilidade. A beleza tornou-se uma condição para a contratação e para a promoção de mulheres (WOLF, 1992, p. 34-35).

No que se refere ao desrespeito à solidariedade, nota-se que as especificidades das mulheres não são valorizadas, ainda impera os padrões androcêntricos na nossa sociedade que privilegia traços associados à masculinidade. Atualmente, quem perpetua o mito não são mais os homens, considerados individualmente, mas sim as instituições que necessitam desse domínio masculino. Então, a força do mito vem do domínio público, do sistema cultural e econômico (WOLF, 1992, p. 384).

As violações apresentadas afetam as diversas esferas do reconhecimento intersubjetivo e produzem consequências para os indivíduos que são privados de sua dignidade, o que causa conflitos, tensões sociais e humilhações que podem dar origem a uma luta por reconhecimento.

[...] a tensão afetiva em que o sofrimento de humilhação força o indivíduo a entrar só pode ser dissolvida por ele na medida em que reencontra a possibilidade da ação ativa; mas para que essa práxis reaberta seja capaz de assumir a forma de uma resistência política resulta das possibilidades do discernimento moral que de maneira inquebrável estão embutidas naqueles sentimentos negativos, na qualidade de conteúdos cognitivos (HONNETH, 2003, p. 224).

As tensões e conflitos perdem o seu caráter individual e passam a ser um instrumento de exclusão e dominação de uma categoria social. Isso permite o surgimento de uma luta social por reconhecimento, na medida em que existe uma semântica coletiva que não afeta só o individual. Esses movimentos coletivos são importantes, uma vez que permitem retirar os

indivíduos da situação de humilhação que se encontram e desenvolve uma estima mútua entre eles.

Apenas por meio da aquisição de autoconfiança, autorrespeito e autoestima, de forma cumulativa, o que é garantido pela experiência das três formas de reconhecimento, é que uma pessoa será capaz de se perceber como um ser autônomo e de se identificar com seus objetivos e desejos, construindo a sua identidade (HONNETH, 2003, p. 266).

3.2 A TEORIA BIDIMENSIONAL DE JUSTIÇA DE NANCY FRASER

No final do século XX, era que Fraser (2001, p. 245) denomina de pós-socialista, a luta por reconhecimento ganhou protagonismo e impulsionou os movimentos sociais mobilizados sob as bandeiras da nacionalidade, etnicidade, “raça”, gênero e sexualidade. A temática da construção da identidade e do reconhecimento das diferenças ganha destaque frente às questões ligadas à redistribuição, pautadas no caráter econômico e no conflito de classes.

Entretanto, essa modificação da sociedade acontece no momento em que o desenvolvimento do capitalismo global liderado pelos Estados Unidos agrava a desigualdade econômica. Assim, ao invés de se pensar em um paradigma mais amplo que englobasse reconhecimento e redistribuição, já que as lutas por reconhecimento acontecem dentro de uma realidade de grande desigualdade material, há uma troca de um paradigma truncado por outro (FRASER, 2002, p. 62-63).

A autora defende, então, uma concepção bidimensional de justiça que englobe lutas por reconhecimento das diferenças e lutas por redistribuição econômica. Na prática, há um ciclo vicioso de subordinação de classe e *status*, sendo difícil separar cultura e economia, contudo, a autora propõe a distinção analítica das duas esferas para melhor entender os conflitos políticos de nosso tempo (FRASER, 2001, p. 246-248).

Fraser concebe reconhecimento como uma questão de justiça, priorizando a perspectiva da moralidade sobre a perspectiva ética relacionada às questões da boa vida e que normalmente é associada ao reconhecimento, como faz Honneth. O autor entende que o reconhecimento pelo outro sujeito é uma condição necessária para que a pessoa possa formar a sua identidade (FRASER, 2007, p. 111).

Ao contrário de Honneth que entende reconhecimento como a autorrealização dos indivíduos nas relações intersubjetivas, Fraser propõe entender reconhecimento como uma questão de *status* social.

Dessa perspectiva – que eu chamarei de *modelo de status* – o que exige reconhecimento não é a identidade específica de um grupo, mas a condição dos membros do grupo como parceiros integrais na interação social. O não reconhecimento, conseqüentemente, não significa depreciação e deformação da identidade de grupo. Ao contrário, ele significa *subordinação social* no sentido de ser privado de *participar como um igual* na vida social. Reparar a injustiça certamente requer uma política de reconhecimento, mas isso não significa mais uma política de identidade. No modelo de *status*, ao contrário, isso significa uma política que visa a superar a subordinação, fazendo do sujeito falsamente reconhecido um membro integral da sociedade, capaz de participar com os outros membros como igual (FRASER, 2007, p. 107-108, grifos da autora).

A concepção de justiça da autora é pautada no princípio da paridade participativa, o qual requer a interação de todos os membros do grupo social enquanto pares a partir de acordos sociais. Para que isso aconteça duas condições devem estar presentes. A primeira é a condição objetiva que necessita da distribuição de recursos materiais de forma que os participantes tenham asseguradas a independência econômica e a sua voz. Já a segunda condição é a inter-subjetiva que precisa de modelos institucionalizados de valores culturais que expressem o mesmo respeito a todos os participantes e assegurem oportunidades iguais para se alcançar estima social, visando desconstruir os padrões culturais assimétricos que impedem a participação igualitária na esfera social (FRASER, 2002, p. 67).

Por isso, Fraser (2003, p. 34-35) sugere uma concepção bidimensional de justiça que combine apenas versões da política cultural da diferença que possa ser combinada de forma adequada à política social da igualdade. A autora critica Honneth por assumir uma visão culturalista da distribuição, pois, para ele, as desigualdades econômicas estão consolidadas na ordem cultural. Logo, uma mudança na ordem cultural resolveria os problemas de má-distribuição.

Todavia, para Fraser nem todos os problemas de ordem material estão centrados na ausência de reconhecimento. Isso porque existem as chamadas coletividades ambivalentes que sofrem tanto as injustiças culturais quanto as econômicas, necessitando de políticas de reconhecimento e redistribuição de forma cumulativa, o emprego de apenas uma delas não é suficiente para resolver o problema.

Um exemplo paradigmático de comunidade ambivalente é o gênero. Da mesma forma que Fraser propõe que a justiça deve ser analisada sob uma lente bifocal, ela também defende

uma concepção ampla de gênero, com o objetivo de acomodar pelo menos dois tipos de interesses.

Na perspectiva distributiva, gênero surge como uma diferenciação que existe na própria estrutura econômica da sociedade. Ainda é presente uma separação hierárquica do trabalho baseada na divisão entre trabalho reprodutivo e doméstico, responsabilidade principal das mulheres; e trabalho produtivo e pago, que é de responsabilidade primária dos homens. Ademais, gênero estrutura uma divisão dentro do próprio trabalho produtivo, entre melhores salários, destinados especialmente aos homens; e os menores salários, área predominantemente feminina (FRASER, 2002, p. 64). Mesmo quando as mulheres conseguem alcançar altas posições, financeiramente elas recebem menos do que os homens que ocupam o mesmo cargo.

Apesar dos menores salários, as mulheres precisam gastar muito mais no mercado de beleza, havendo também uma diferenciação entre belos e feios dentro do trabalho. As pessoas consideradas belas recebem quase 10% a mais do que as feias, demonstrando que a aparência possui grande importância na sociedade (DEL PRIORE, 2013, p. 252).

Na perspectiva do reconhecimento, gênero possui uma diferenciação de *status*, ou seja, é a condição das mulheres enquanto pares na interação social que necessita de reconhecimento e não a identidade feminina (FRASER, 2002, p. 64).

A divulgação em larga escala de um modelo universal e imutável de beleza decorre de padrões culturais que colocam as mulheres como inferiores, excluindo-as ou tornando-as invisíveis. O mito da beleza não é justificado por razões biológicas ou históricas, ele é consequência da cultura, da economia e da estrutura de poder institucionalizada pelo sistema político e econômico.

Tendo em vista todo o exposto, percebe-se que a questão do superendividamento das mulheres no mercado de beleza requer ações políticas de redistribuição e reconhecimento.

Como forma de compatibilizar as políticas que visam exaltar a diferença com as políticas que visam à igualdade, a autora criou estratégias para resolver os problemas de injustiça, quais sejam: medidas afirmativas e medidas transformativas.

Os remédios afirmativos não buscam alterar as estruturas sociais que geram os resultados desiguais de arranjos sociais, enquanto os remédios transformativos corrigem os resultados injustos alterando o arcabouço subjacente que os constituiu (FRASER, 2003, p. 74).

O questionamento que se coloca é qual dessas duas políticas é a mais adequada para oferecer solução ao problema enfrentado pelas comunidades ambivalentes que necessitam de reconhecimento e redistribuição?

Quando a estratégia afirmativa é aplicada à falta de reconhecimento, ela tem a tendência de apoiar a diferenciação entre os grupos, pois valoriza a identidade de grupo, enquanto nega as diversas formas de identificação das pessoas. Já a estratégia transformativa desequilibra essa diferenciação, permitindo reagrupamentos futuros (FRASER, 2003, p. 76-77).

Aplicando a estratégia afirmativa à má-distribuição, o problema é que a diferenciação entre os grupos pode levar ao não reconhecimento, visto que, à longo prazo, a classe é identificada como deficiente e insaciável, sendo vista como recebedora de tratamento especial. A estratégia transformativa, por outro lado, pode até resolver injustiças relacionadas ao não reconhecimento (FRASER, 2003, p. 77).

Logo, a melhor solução seria utilizar a estratégia transformativa, mas a questão é que ela não satisfaz os interesses e necessidades imediatos da população. Tendo em vista esses obstáculos, Fraser (2003, p. 78-79) encontrou um caminho intermediário conhecido como reformas não reformistas. São políticas que aparentam ser afirmativas, mas que podem gerar efeitos transformativos, a depender do contexto em que estão inseridas. Elas satisfazem algumas necessidades das pessoas, ao mesmo tempo em que iniciam uma mudança que pode culminar em reformas mais radicais no futuro.

Realizada essa exposição à respeito da teoria do reconhecimento de Axel Honneth e Nancy Fraser e expostas algumas de suas contradições, é importante analisar a possibilidade de compatibilizar essas duas teorias de forma a alcançar a melhor solução para o problema de pesquisa apresentado.

4 CONSTRUINDO A IDENTIDADE FEMININA PARA ALÉM DA BELEZA

A partir do exposto no item anterior, é possível perceber que a divergência entre Fraser e Honneth está centrada no conceito de reconhecimento e na possibilidade de separá-lo ou não da distribuição. Fraser entende que distribuição e reconhecimento são questões distintas, estando o primeiro relacionado ao econômico e o segundo ao cultural, sendo que ambos são tratados como uma questão de justiça social, ou seja, como *status* social. Por sua

vez, Honneth compreende toda luta social como uma luta por reconhecimento, de modo que a redistribuição seria uma forma de luta por reconhecimento.

Apesar disso, Celi Regina Pinto (2008, p. 36) entende que há uma falsa antítese entre a teoria do reconhecimento desenvolvida por Honneth e a de Fraser, e a melhor solução seria conservar os pontos positivos de cada um, construindo uma teoria normativa da justiça voltada, especialmente, para os problemas brasileiros.

Fraser consegue distinguir reconhecimento e redistribuição, pois esses conceitos não estão relacionados aos atores sociais, mas sim à princípios de justiça e remédios, ou seja, à políticas públicas. Já Honneth tem como ponto de partida o ator que se autodefine enquanto objeto do reconhecimento, o que depende da presença do outro por tratar-se de uma relação. Desse modo, em Fraser existem ações mais concretas ao propor os remédios, enquanto que em Honneth está mais presente a noção de conflito (PINTO, 2008, p. 43-44).

A autora explica que a diferenciação entre distribuição e reconhecimento elaborada por Fraser precisa ser analisada a partir de duas percepções. A primeira é entender a má-distribuição a partir da posição ocupada pelos agentes nas relações de produção, o que não depende do reconhecimento, pois trata-se de uma característica estrutural do capitalismo (PINTO, 2008, p. 38).

A segunda perspectiva refere-se à forma pela qual os agentes se apropriam dessa situação de injustiça. Ainda que se considere que a injustiça não existe apenas em razão do auto-reconhecimento dos agentes como sujeitos injustiçados, a luta social só surge a partir da existência de sujeitos que se entendem como tal. Trata-se de dois momentos distintos da questão, e não de uma redução da questão social ao culturalismo (PINTO, 2008, p. 38).

É nessa segunda perspectiva que a teoria de Fraser encontra uma limitação, pois o reconhecimento, enquanto auto-reconhecimento, é imprescindível para articular um movimento social para a reivindicação de direitos, uma vez que “só existe dominado contra a dominação se este se reconhecer como tal. Não há feminismo antes da feminista, assim como não há paridade participativa antes do sujeito auto-reconhecido como igual” (PINTO, 2008, p. 36). Ademais, é esse auto-reconhecimento por parte dos sujeitos que permitirá a mobilização social e, conseqüentemente, a construção de um aparato para a participação paritária.

Aplicando esse referencial teórico ao caso do consumo exacerbado no campo da beleza, tem-se que é necessário, em primeiro lugar, o auto-reconhecimento das mulheres e a luta pelo reconhecimento do outro, ou seja, elas devem se auto-constituírem como sujeitos carentes frente ao outro, possuidor de diversos direitos, para que, posteriormente, seja possível alcançar a paridade participatória proposta por Fraser.

Nesse sentido, Wolf (1992, p. 374) entende que o mito da beleza pode ser derrotado e isso deve ocorrer por meio do retorno do ativismo político, centrado nas mulheres. Para tanto, é necessário definir o amor-próprio a partir de sua natureza política, assim como o dinheiro, as creches o emprego, que são recursos vitais propositalmente mantidos em níveis inferiores ao da procura.

O problema não está na utilização dessas técnicas, no tempo gasto se arrumando, nos enfeites utilizados para conquistar alguém. O verdadeiro problema está no embate entre a dor e o prazer, entre a liberdade e a obrigação. Nada disso terá importância quando as mulheres atingirem uma identidade sólida, quando o conceito de beleza partir delas mesmas e não por uma imposição do sistema político e econômico. “O problema com os cosméticos existe somente quando as mulheres se sentem invisíveis ou incorretas sem eles” (WOLF, 1992, p. 363).

É necessário que as mulheres se identifiquem com os interesses umas das outras para que possam alcançar os seus objetivos. As principais mudanças não serão originadas pelos homens, pelo Estado, pela mídia, mas sim pelas mulheres (WOLF, 1992, p. 377).

Tal entendimento está em consonância com a teoria de Honneth, o qual defende um processo de reconhecimento pautado nas relações intersubjetivas, voltadas ao reconhecimento individual e recíproco entre os sujeitos. Desse modo, é necessário um processo mútuo de reconhecimento.

As mulheres sujeitas ao mercado da beleza sofrem um desrespeito nas diversas esferas do reconhecimento propostas por Honneth, e para a superação dessa exclusão e dominação é necessário um movimento de luta social por reconhecimento, visto que não se trata de um problema individual, e sim coletivo.

Wolf (1992, p. 374) propõe uma terceira onda do feminismo adequada às novas necessidades das mulheres. Interessante observar que, sobretudo o início da década de 90, foi marcado pela terceira onda do movimento feminista e, os anos 2000 são cada vez mais marcados por cirurgias estéticas, dietas fitness, academias de ginástica, salões de beleza, entre outros ramos. Mesmo diante da crise política e econômica enfrentada pelo Brasil, o mercado de beleza continua em constante crescimento.

A partir desse reconhecimento recíproco, as mulheres poderão lutar por políticas públicas que valorizem mais o ser do que o ter. O consumo exacerbado não produz reconhecimento, muito pelo contrário, ele pode ser responsável até mesmo por discursos de ódio entre as classes. Assim, elas terão a possibilidade de atuar enquanto pares na esfera social e exigirem políticas afirmativas e transformativas voltadas para resolver questões como

a necessidade de manter uma boa aparência para que as mulheres possam ser ouvidas, para manterem a sua identidade e o seu emprego, para conseguirem um casamento e, com isso, permitir que elas não sejam mais alvo das revistas femininas, da pornografia e de discursos médicos que reforcem o mito da beleza, com o objetivo de manterem o seu papel de consumidora, essencial para o desenvolvimento da sociedade.

Durante os últimos anos foi possível notar, ainda que minimamente, um avanço na esfera da distribuição, muito embora as mulheres ainda sejam minorias em cargos de poder. Para que isso possa mudar também é necessário uma união das mulheres, um auto-reconhecimento combinado com um reconhecimento recíproco entre elas.

Chegamos ao limite do que pode ser feito em prol do progresso feminino pela versão individualista do mito da beleza, e ele não é suficiente. Seremos, para sempre, 2% dos executivos de alto nível, 5% dos professores catedráticos e 5% dos sócios majoritários se não nos unirmos para essa próxima grande investida.

Ademais, a falta de reconhecimento, especialmente o não-reconhecimento das mulheres no campo da beleza, merece atenção, em decorrência dos diversos problemas na esfera física e subjetiva que isso vem acarretando.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos efeitos do amor-próprio feminino é o convencimento por parte da própria mulher de seu valor social, portanto ela passa a amar o seu próprio corpo, não importando o que cada uma faz com ele.

Com isso, a construção de uma identidade feminina para além da beleza passa pela construção desse amor-próprio e pelo reconhecimento recíproco entre as mulheres, originando lutas sociais que gerem escalas cada vez maiores de reconhecimento.

Na presente pesquisa, foi possível perceber que as diversas esferas do reconhecimento propostas por Honneth - amor, direito e solidariedade, que geram autoconfiança, autorrespeito e autoestima, respectivamente - são afetadas e desrespeitadas constantemente pelo mercado da beleza.

Há uma transformação do corpo em objeto na sociedade de consumo, especialmente do corpo feminino, de modo que as mulheres só são vistas e ouvidas quando são belas. Contudo, a beleza é efêmera e tão logo tornem-se velhas, as mulheres perdem todo o tipo de reconhecimento. Da mesma forma que os objetos, as pessoas também possuem prazo de

validade, sendo substituídas por novas, em ambos os sentidos da palavra: em relação à novidade e em relação à juventude.

Mesmo considerando a esfera da redistribuição defendida por Fraser, é necessário passar pelo reconhecimento mútuo. Isso porque já foi possível atingir minimamente um avanço na distribuição econômica, mas o pequeno número de mulheres que conseguem alcançar os altos cargos de poder ainda são consideradas pobres, visto que a fome prejudica os aspectos de liderança, confiança, controle e segurança econômica que foram conquistados com a segunda onda do feminismo.

Por esse motivo, é importante haver a conjugação da teoria do reconhecimento de Honneth com a de Fraser, pois no momento em que os grupos que não dispõem de direitos se auto-constituírem como carentes frente ao outro, isso permitirá atingir a igualdade participatória proposta pela autora, podendo implementar políticas públicas destinadas à promover o reconhecimento feminino.

Ante o exposto, é indispensável a ampliação dos debates acerca do consumo feminino exacerbado no mercado de beleza, como forma de proporcionar a construção de uma identidade feminina para além de um padrão imposto socialmente, fortalecendo as lutas sociais para, posteriormente, transpor essa discussão para a esfera pública. Nesse sentido, são relevantes as contribuições da teoria crítica do reconhecimento e suas consequências sobre a sociedade de consumo.

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. 3. ed. São Paulo: Edições 70, 2014.

_____. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BECALLI, Bárbara; PROSCHOLDT, Eliane. Implante de silicone parcelado em até 96 vezes. **A Tribuna**, Vitória, 16 jun. 2016. Reportagem Especial, p. 2

DEL PRIORE, Mary. **Histórias e conversas de mulher**. São Paulo: Planeta, 2013.

FRASER, Nancy. Da redistribuição ao reconhecimento? Dilemas da justiça na era pós-socialista. In: SOUZA, Jessé (Org.). **Democracia hoje**: novos desafios para a teoria democrática contemporânea. Brasília: Editora UnB, 2001, p. 245-282.

_____. Políticas feministas na era do reconhecimento: uma abordagem bidimensional da justiça de gênero. In: BRUSCINI, Cristina; UNBEHAUM, Sandra G. (Org.). **Gênero, democracia e sociedade brasileira**. São Paulo: FCC; Editora 34, 2002, p. 61-78.

_____. Reconhecimento sem ética?. **Lua Nova**, São Paulo, n. 70, p. 101-138, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452007000100006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 18 jul. 2016.

_____. Social justice in the age of indentify politics: redistribution, recognition, and participation. FRASER, Nancy; HONNETH, Axel. **Redistribution or recognition? A political-philosophical Exchange**. Londres, Nova York: Verso, 2003. p. 7-109.

GOLDENBERG, Mirian. Prefácio à segunda edição: o corpo como capital. In: _____ (Org.). **O corpo como capital**: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010a, p. 09-16.

_____. O corpo como capital. In: _____ (Org.). **O corpo como capital**: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010b, p. 39-53.

HONNETH, Axel. **Lutas por reconhecimento**: a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Editora 34, 2003.

_____. Reconhecimento ou redistribuição? A mudança de perspectivas na ordem moral da sociedade. In: Souza, Jessé; MATTOS, Patrícia (Org.). **Teoria crítica no século XXI**. Pinheiros: Annablume, 2007.

IBGE. **Pesquisa mensal de emprego**, 08 mar. 2012. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/trabalhoerendimento/pme_nova/Mulher_Mercado_Trabalho_Perg_Resp_2012.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2016.

MATTOS, Patrícia Castro. **A sociologia política do reconhecimento**: as contribuições de Charles Taylor, Axel Honneth e Nancy Fraser. São Paulo: Annablume, 2006.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2015.

PINTO, Celi Regina. Nota sobre a controvérsia Fraser-Honneth informada pelo cenário brasileiro. **Lua Nova**, São Paulo, n. 74, p. 35-58, 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-64452008000200003&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em 19 jul. 2016.

PORTAL NEGÓCIO ESTÉTICA. **Gastos dos brasileiros com beleza devem chegar a R\$ 59,9 bilhões este ano.** [S.l.], 08 jul. 2014. Disponível em: <<http://www.negocioestetica.com.br/gastos-dos-brasileiros-com-beleza-devem-chegar-a-r-599-bilhoes-este-ano/>>. Acesso em 28 jun. 2016.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA. **De acordo com a ISAPS, Brasil lidera ranking de cirurgias plásticas no mundo.** [S.l.], jul. 2014. Disponível em: <<http://www2.cirurgioplastica.org.br/de-acordo-com-a-isaps-brasil-lidera-ranking-de-cirurgias-plasticas-no-mundo/>>. Acesso em 28 jun. 2016.

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