
Entrevista

MÍDIAS, GÊNERO, SEXUALIDADE E INTERSECÇÕES
ENTREVISTA COM IARA BELELI

Fernando de Figueiredo Balieiro*

Juliana do Prado**

Iara Aparecida Beleli é pesquisadora e coordenadora do núcleo de estudos de gênero - PAGU/Unicamp, onde desenvolve suas pesquisas na área de mídias, relacionamentos amorosos, gênero e sexualidade em intersecção com outras diferenças, como raça/etnia e nacionalidade. Já no seu mestrado, em 1999, analisou as novas dinâmicas de gênero em relacionamentos amorosos, em sua dissertação *Gênero e Amor. Experiências, Encontros e Desencontros* (1970-1990). No doutorado, em 2005, defendeu a tese *Marcas da Diferença na Propaganda Brasileira*, analisando as representações de gênero no discurso publicitário, também em uma perspectiva interseccional.

Realizou pós doutorado no Brasil (2008) e na Universitat Rovira i Virgili (2012). Suas pesquisas mais recentes abordaram representações sobre brasilidade na mídia portuguesa, a visibilidade de gays e lésbicas na mídia brasileira, novas configurações relacionais por meio de um sítio de relacionamentos na internet, além de reflexões que abrangem os estudos feministas e de gênero. Considerando sua formação e contribuição diferencial no que tange aos temas que buscamos abordar no dossiê e sua passagem por campos de reflexões de gênero e feminismos em âmbitos nacional e internacional abordamos sua trajetória, na seguinte entrevista, a fim de refletir sobre aspectos fundamentais que envolvem as mídias e as diferenças e suas interfaces com os estudos feministas.

1) Gostaríamos que nos falasse primeiramente sobre sua formação, sabendo que você veio da História para as Ciências Sociais. Como vê a relação entre as áreas em sua formação? O que a motivou a adentrar na área das Ciências Sociais? O que a formação em História ainda lhe fornece para suas pesquisas atuais?

Fiz minha graduação em história na Unicamp em um momento muito especial, um momento já de militância feminista, mas também de militância institucional, época na qual o

governo Paulo Maluf propôs, e fez, a intervenção nas diretorias dos institutos e faculdades. Um dos primeiros cursos, senão o primeiro, que colocava em debate a questão das mulheres foi Movimentos Sociais Contemporâneos, ministrado por Stella Bresciani, onde o movimento de mulheres era escrutinado em um dos módulos da disciplina. Foi aí que tomei contato pela primeira vez com os estudos de Michelle Perrot, um dos ícones dos estudos sobre mulheres. A conexão vem também de um livro que li em 1980 no primeiro ano da universidade – Adam Shaft, *História e Verdade*, Shaft, 1978 -, porque problematiza a questão da “verdade” dos fatos e suas inúmeras leituras e releituras, a depender do contexto histórico, político, cultural. Assim, o que aproxima as áreas é a forte atenção para o contexto, cujos lugares de fala são fundamentais para as análises produzidas.

2) Como se deram seus primeiros interesses de pesquisa e sua entrada nos estudos de gênero/ feminista?

Antes de entrar na universidade, início dos anos 1980, eu participava do Coletivo Feminista de Campinas, cujas integrantes eram de diferentes áreas disciplinares (história, filosofia, sociologia, arquitetura, antropologia, economia) o que marcava sua interdisciplinaridade. Refiz essa memória ao assistir a mesa *Conversatório Feminista* (organizada por Mônica Tarducci no *I Seminário de Antropologia Ibero-Americano, Madri*, 2015). Um dos temas debatidos nesse *Conversatório* era se fazia diferença ter uma experiência feminista antes de entrar na universidade ou adquirí-la posteriormente. Essa discussão leva a pensar como os contextos se modificaram. Se em 1980 as teorias feministas eram lidas de maneira informal, nos anos 1990 essas discussões já começavam a fazer parte da grade dos cursos. Em meados dos anos 1990, procurei minha orientadora de mestrado (Maria Izilda de Matos Santos, da PUC-SP) por sua interlocução com gênero/feminismo. Da mesma forma, minha orientadora de doutorado – Maria Lygia Quartim de Moraes – já tinha uma trajetória de diálogo com as teorias feministas, tanto nos cursos, quanto nas discussões das dissertações/teses de seus orientandos. O esforço de muitas acadêmicas para consolidar a interlocução das teorias feministas com as teorias sociais encurtou o caminho para as gerações posteriores, que já encontravam acolhida e incentivo para suas problematizações. Antes disso, em 1986 participei de uma pesquisa coordenada por Eliézer Rizzo de Oliveira, junto ao Núcleo de Estudos Estratégicos da Unicamp, que acolheu minha ideia de pesquisar a entrada das mulheres no Exército (última das Forças a implementar esse programa). O segundo

momento, fundamental para a continuidade das pesquisas que realizei posteriormente, foi minha transferência para o Núcleo de Estudos de Gênero – Pagu (1998/1999), a princípio para cuidar da edição dos *cadernos pagu*. O que vi, e vivi, nesta Instituição certamente foi um diferencial na minha formação, especialmente a interlocução com Adriana Piscitelli, Mariza Corrêa, Guita Debert, Maria Margareth Lopes. Estou certa que, de lá para cá, muitas/os jovens pesquisadoras/res se beneficiaram das discussões realizadas no Pagu.

3) Em sua trajetória intelectual, vemos a incorporação do tema dos estudos de gênero com a mídia, por meio da publicidade. Como foi a elaboração de uma problemática nova que reflete sobre mídias e diferenças dentro de um campo feminista?

Costumo dizer que não busquei a mídia como tema. Meu fascínio pelas mídias era muito anterior, mas foi muito difícil transformar esse fascínio em sujeito de pesquisa. Era complicado não entrar na linha da demonização das mídias marcada por algumas teóricas feministas, que na maioria das vezes se faz por meio da produção de estereótipos, achatando a diversidade dos sujeitos. Minha pesquisa estava norteadas pela problematização de duas grandes questões: o sexo biológico como base para a diferença e a universalidade da diferença, mas no contexto de minha pesquisa sobre a publicidade brasileira o sexo biológico era recorrentemente marcado como um dado imutável, sabido, inquestionável, assim como a “raça”. Mas a propaganda não é uma mídia independente, ela se faz na intertextualidade de variadas mídias. Os comentários de Heloisa Pontes foram preciosos nessa direção, porque me fez perceber como a intertextualidade potencializa os conceitos/ideias veiculadas pelas mídias. Nas discussões de gênero, três importantes autoras marcam a constituição do campo em diferentes disciplinas e foram leituras obrigatórias: a historiadora Joan Scott (1989), a antropóloga Marilyn Strathern (1988), e a filósofa Judith Butler (1990). Menos do que analisar as semelhanças e diferenças entre as proposições das autoras, marco a importância dessa produção em áreas disciplinares distintas, o que possibilitou compreender que gênero não é um tema, tampouco sinônimo de mulheres, como foi bastante utilizado no início de seu aparecimento.

4) Um dos aspectos notáveis de seu trabalho é a forma de lidar com as intersecções entre gênero e outras diferenças, tema muito atual no debate feminista contemporâneo. Poderia nos contar como tais questões passaram a aparecer em seu trabalho?

Se os estudos de gênero desestabilizaram a fixidez do sexo, problematizando a categoria “mulher”, o campo também trouxe à cena pontos obscuros, muitas vezes propositalmente obscurecidos como uma forma a não pulverizar o sujeito no qual se ancoravam os movimentos. A grande contribuição dos estudos de gênero foi questionar a ideia de que o mundo poderia ser compreendido aos pares e isso está na base das questões sociais, cuja polarização – mulher/homem, negro/branco, homo/hetero, velho/jovem, rural/urbano, estrangeiro/nacional, entre tantas outras – apaga muitas tensões. E não se trata de uma soma de “opressões”, mas de como os sujeitos podem ser vistos como subalternizados na articulação dessas diferenças. Avtar Brah (1996) certamente foi uma autora importante nesse caminho, mas destaco os trabalhos de Adriana Piscitelli (2008, 2013), que mostra empiricamente essa articulação, incluindo outras diferenças que vão aparecendo no seu campo.

5) Dentre as problemáticas que perpassam suas pesquisas, você buscou refletir no mestrado sobre as experiências amorosas e de gênero entre 1970 e 1990, algo de certa forma retomado na sua pesquisa mais recente sobre o *Par Perfeito*, envolvendo as mídias digitais. A partir dessas duas experiências de pesquisa, quais continuidades e rupturas à respeito das relações de gênero e experiências amorosas você salientaria comparando esses dois momentos históricos?

De fato, a pesquisa no sites de relacionamento e aplicativos não foi pensada como uma continuidade do mestrado, até porque lá trabalhei com histórias de vida em diálogo com a História Oral. O contexto atual é muito distinto, marcado por uma mobilidade que, em meados dos anos 1990, era impensável. Pense que o uso de aplicativos no Brasil, ao menos para meus sujeitos de pesquisa, só ocorreu em 2013 e tive a sorte, e o privilégio, de ouvir sobre essa transformação em uma pesquisa que já estava em andamento. Então vejo muitas rupturas no sentido de ampliação das possibilidades, incluindo a busca somente para o intercuro sexual, especialmente para as mulheres, o que não necessariamente leva à rupturas de comportamento em relação às buscas de relacionamentos duradouros. Um dos pontos de conexão entre as pesquisas remete à busca de homens com capital cultural e social, o

econômico parece ter perdido força neste momento. Os homens tem expressado desconfiança quanto a essa ampliação de possibilidades para as mulheres, o que os leva a solicitar em seus perfis e também nas conversas uma característica que antes não aparecia – fidelidade. A propósito, a fidelidade aparece inclusive na nova propaganda do site *Par Perfeito*, veiculada no início deste ano: “não estamos para jogos, queremos uma mulher fiel” (Beleli, 2015; 2012).

6) Levando em conta sua trajetória vinculada ao feminismo e aos estudos feministas, como você vê o impacto do feminismo no agenciamento das pessoas em busca de pares amorosos? O que o feminismo mudou no amor das últimas décadas?

Esse é um ponto que me custa. Como feminista gostaria de poder ver a influência dos feminismos na vida das pessoas, especialmente uma leitura mais acurada das mídias sobre a importância dos feminismos. Mas, de fato, as mudanças sobre as imaginações sobre o que é ser feminista ainda é pautada pelo mote de que as mulheres querem ser iguais aos homens, e isso é apresentado de forma negativa, ancorado na ideia das diferenças biológicas. Mesmo as mulheres que participaram de minha pesquisa – financeiramente independentes – associam as “feministas” à perda de feminilidade. Em debate realizado no ano passado no programa veiculado pela rede globo, duas filósofas debateram a questão. Sem entrar na superficialidade de como as questões são tratadas no programa, me chamou atenção o fato de uma delas defender que as conquistas das mulheres nos últimos anos se deve à democracia e não ao feminismo. Marco essa postura porque essa é uma tentativa de ignorar, ou descaracterizar, a atuação de grupos feministas que, certamente, marcaram o século XX no Brasil e no mundo. Essa postura está presente, implícita ou explicitamente, na circulação das ideias sobre o que é o feminismo e o que são as feministas, espetacularizando determinadas atuações. Essa espetacularização é própria da produção midiática. A cobertura dos eventos produzidos pela Marcha das Vadias, não só no Brasil, parecem ignorar os significados das palavras de ordem desse movimento, e apostam naquilo que chama a atenção dos telespectadores – os seios à mostra (ver Sibilia, 2015) – instigando discussões morais.

7) Atualmente, há uma presença constante de gays e lésbicas nas novelas, assim como nas mídias digitais. Essa última ainda tem permitido a ampliação de redes de relações, busca de parceiros/as do mesmo sexo e ainda uma visibilidade maior de sujeitos subalternizados (como por exemplo, a página do Facebook chamada “Sou/curto afeminado”). Como você avalia a recente visibilidade desses sujeitos? Trata-se de novas formas de controle ou novas possibilidades de agenciamento que tais sujeitos estão conquistando no contexto social brasileiro?

Controle e agenciamento não podem ser pensados em separado. A acelerada segmentação dos sites de relacionamento, blogs, páginas em redes sociais possibilita que esses sujeitos se tornem mais visíveis, mas também é uma forma de controle, porque os legitima nesse lugar. Ora, quem são esses sujeitos para além da identidade de afeminados? É isso que os define? Fora desse espaço, me parece que eles continuam sendo estigmatizados, especialmente na produção midiática, cujos estereótipos embasam a provocação do riso fácil e sem quaisquer reflexões sobre a incoerência entre sexo, gênero e desejo (Beleli, 2009). Também tenho me perguntado sobre os significados da convivência dessa visibilidade com outras extremamente conservadoras, e são muitas, que celebram a heteronormatividade e apregoam práticas sexuais somente após o casamento, como aponta a pesquisa de Hotelan e Beleli (2015).

Não tenho respostas, mas é fundamental complexificar a questão da visibilidade com mais pesquisa sobre o tema, incluindo questões sobre o que os próprios sujeitos pensam e como são percebidos em espaços de rede não viciados. O que quero dizer com “espaços não viciados”? Em minha página do Facebook dificilmente encontrarei palavras injuriosas às sexualidades disparatadas. No entanto, ao ler uma notícia de jornal sobre a morte de uma travesti, com requintes de crueldade, não é difícil encontrar comentários como: “vai saber o que “ele” estava fazendo”? Essa pergunta norteou, e ainda norteia, os casos de assédio e violação contra as mulheres: “o que ela estava fazendo naquele lugar e naquela hora... e com aquela roupa? Ela estava pedindo...”. Esses comentários reificam ideias sobre onde e como determinados corpos podem ou não circular.

8) Considerando sua pesquisa sobre as representações do Brasil na mídia portuguesa, como você avalia a circulação midiática das representações brasileiras na Europa? Em que medida ainda se mantêm representações que subalternizam as diferenças de modo interseccionado com a nacionalidade? Há outras formas de ver as representações para além da subalternização?

Neste ponto, já desde a tese de doutorado, foi fundamental o encontro com Richard Miskolci que me ajudou a pensar como a nacionalidade brasileira se constituía na articulação com outras diferenças, o que levava a imaginações midiáticas sobre a “particularidade da mulher brasileira”. O trabalho de Miskolci sobre Julia Mann (2003) naquele momento foi fundamental para perceber como gênero, raça/etnia e sexualidade se articulavam naquilo que chamei de “marca Brasil”, assim como seu mais recente livro (2013) tem me feito pensar em uma retomada sobre as imaginações do Brasil nas variadas mídias. A articulação de gênero com outras diferenças apareceu de maneira muito forte na pesquisa com a migração qualificada que realizei em Lisboa em 2008 (Beleli, 2012), cuja referida “particularidade das brasileiras” era acionada tanto pelo modo de andar e “rebolar os quadris”, como pela sua cor de pele “morena”. Nessa direção também foi extremamente importante a interlocução com Adriana Piscitelli (2013), que mostra empiricamente como as mulheres podem utilizar esses “atributos” seu favor, agenciando algo que, no geral, as coloca em lugares de subalternidade.

9) A emergência das mídias digitais impôs novas formas de entrada em campo e novas metodologias que desafiam dicotomias entre online/off-line. Além disso, há um debate em torno dos limites éticos de pesquisa com mídias digitais. Em relação a esses tópicos, como você tem conduzido sua pesquisa com mídias digitais recentemente?

Essa é uma questão com a qual tenho me debatido. As dúvidas com relação às primeiras abordagens com os sujeitos. Está lá meu perfil, com a mesma foto do Lattes, sem maquiar quaisquer informações, mas as desconfianças, no momento em que falo da pesquisa, são ampliadas, mais até do que as desconfianças sobre esse próprio meio de busca ou ainda daquilo que é recorrentemente marcado pelas mídias. O segundo momento dessas interações é marcado pela “irritabilidade”/decepção dos homens, ao perceberem que se trata de uma pesquisa e não de uma possibilidade de encontro afetivo/sexual, marcando que eu “os fiz perder tempo” (ver também Pelúcio e Cervi, 2013). As mulheres que participam da minha

pesquisa são muito receptivas, ainda que alimentem certa expectativa sobre os resultados, como se a pesquisa pudesse fornecer receitas para um relacionamento duradouro, ao modo dos livros de auto-ajuda ou mesmo das enquetes que circulam recorrentemente nas variadas mídias.

10) No seu campo de pesquisa com o *Par Perfeito* há uma relação entre mercado e afetos, de modo que o mercado oferece e informa rituais românticos que moldam as relações. Você observa na sua pesquisa uma articulação entre mercado e marcas da diferença para definir relações que não sejam heterossexuais ou que desafiem heteronormatividades?

É interessante notar que mesmo trabalhando com sites e aplicativos voltados para o público heterossexual, e marcando o interesse por homens no meu perfil, muitas mulheres mostram-se interessadas em estabelecer contato. Algumas querem somente amizade, explicitando sua condição de *casadas e felizes*, viúvas que querem *conhecer gente nova para conversar*. Nesses casos, não há expectativa de um encontro *off line*, mas de manter um jogo lúdico que, para muitas, significa ter uma vida em paralelo, que pertence somente a elas, apartada de suas vidas familiares (maridos, filhos, netos, noras, sogras e agregados) e mesmo das amigas que mantiveram ao longo dos anos. Algumas buscam, de fato, parceiras afetivas/sexuais, o que poderia ser considerado um desafio às heteronormatividades. A pequena interlocução com essas mulheres aponta os desejos de estabelecer relações espelhadas em um tipo de família muito recorrente, por exemplo, nas novelas que, independente de ser hetero ou homo, alude a programas caseiros, o que remete a certo distanciamento de uma vida *libertina*, para muitas, pautada pela frequência a bares, lugares para dançar, pensados como *lugares de paquera*, antes necessários, mas opcionais após a consolidação de um relacionamento. As narrações dessas experiências são muito parecidas, o que faz a diferença é se o relacionamento está ou não consolidado, independente se as parcerias formadas são heterossexuais ou homossexuais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Beleli, Iara. O imperativo das imagens: construção de afinidades nas mídias digitais. *cadernos pagu* (44), janeiro-junho de 2015, pp.91-114 [<http://www.scielo.br/>].

_____. Amores on line. In: Pelúcio, Larissa *et alli.* (orgs.) *Olhares plurais para o cotidiano: gênero, sexualidade e mídia*. Marília/São Paulo, Oficina Universitária/Cultura Acadêmica, 2012, pp.56-73.

_____. Brasileiros/as no atravessar das fronteiras: desorganizando imaginários. In: Miskolci, Richard e Pelúcio, Larissa. *Discursos fora da ordem: sexualidades, saberes e direitos*. São Paulo, Anablume/FAPESP, 2012, pp.73-96.

_____. “Eles(as) parecem normais”: visibilidade de gays e lésbicas na mídia. *Bagoas*, n.4, Natal, Ed. UFRN, 2009, pp.113-130.

_____. Marcas da diferença na propaganda brasileira. Tese de doutorado em ciências sociais – área de gênero –, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Unicamp, 2005.

BRAH, Avtar. *Cartographies of Diaspora: Contesting Identities*. Longon/New York, Routledge, 1996 [cap.5 - Diferença, diversidade, diferenciação, *cadernos pagu* (26), janeiro-junho de 2006: pp.329-376].

Bulter, Judith. *Gender Trouble and subversion of Identity*. New York and London, Routledge, 1990 [Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro, Record, 2003].

Hortelan Luiza V. Terassi; Beleli, Iara. Em busca do *principe*: discursos afetivo-sexuais e representações de gênero no *Culto das Princesas*. Relatório de Iniciação Científica Pibic/Unicamp, 2015.

Miskolci, Richard. O desejo da nação: masculinidade, branquitude no Brasil de fins do XIX.

_____. Uma brasileira – a outra história de Julia Mann. *cadernos pagu* (20), 2003, pp.157-176 [<http://www.scielo.br/>].

Pelúcio, Larissa e Cervi, Mariana. Traições, Pequenas Mentiras e Internet: conjugalidades contemporâneas e usos de mídias digitais. *Gênero na Amazônia*, n. 3, jan./jun., Belém, 2013.

Piscitelli, Adriana. *Trânsitos. Brasileiras nos mercados transnacionais do sexo*. Rio de Janeiro, Eduerj, 2013.

_____. Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras. *Sociedade e cultura* 11(2), Universidade Federal de Goiás, 2008, pp.263-274.

Scott, Joan. *Gender of the Politics of history*. New York, Columbia University Press, 1989 [Prefácio a *Gender and Politics of History*, *Cadernos Pagu* (3) 1994: pp.11-27 (<http://periodicos.sbu.unicamp.br>); cap2. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação & Realidade*. Porto Alegre, vol. 20, no 2, jul./dez. 1995, pp.71-99 (<https://repositorio.ufsc.br>)]

Shaft, Adam. *História e Verdade*. São Paulo, Martins Fontes, 1978.

Sibilia, Paula. A nudez autoexposta na rede: deslocamentos da obscenidade e da beleza? *cadernos pagu* (44), janeiro-junho de 2015, pp. 171-198 [<http://www.scielo.br/>].

Strathern, Marilyn. *Gender of the Gift. Problems with Women and Problems with Society in Melanesia*. Berkeley, Los Angeles, University of California Press, 1988 [*O gênero da dádiva: problemas com as mulheres e problemas com a sociedade na Melanésia*. Campinas-SP, Editora da Unicamp, 2006].