

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ISABELA BRAGA DE MOURA

BRUXAS DE HOJE: conexões presenciais e digitais da comunidade Vivo Naturalmente

Rio de Janeiro
2019

ISABELA BRAGA DE MOURA

BRUXAS DE HOJE: conexões presenciais e digitais da comunidade Vivo Naturalmente

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social, no Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Monica Machado

Rio de Janeiro
2019

CIP - Catalogação na Publicação

B929b Braga de Moura, Isabela
Bruxas de Hoje: conexões presenciais e digitais
da comunidade Vivo Naturalmente / Isabela Braga de
Moura. -- Rio de Janeiro, 2019.
157 f.

Orientador: Monica Machado.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do
Rio de Janeiro, Instituto de Psicologia, Programa
de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e
Ecologia Social, 2019.

1. Slow Beauty . 2. Comunidades digitais. 3.
Consumo consciente. 4. Etnografia digital. I.
Machado, Monica, orient. II. Título.

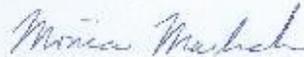
Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

Isabela Braga de Moura

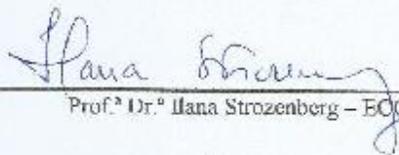
BRUXAS DE HOJE. conexões presenciais e digitais da comunidade Vivo Naturalmente

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social - EICOS, Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social.

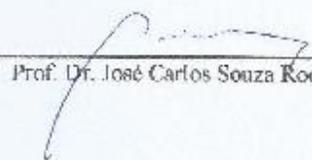
Aprovada em



Prof.ª Dr.ª Monica Machado - EICOS/UFRJ



Prof.ª Dr.ª Ilana Strozenberg - EICOS/UFRJ



Prof. Dr. José Carlos Souza Rodrigues - PUC-Rio

Dedico este trabalho aos meus pais, Marco e Regina; às minhas irmãs, Luíza, Patrícia e Carolina; e à minha avó Irany.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, Regina, por sua dedicação, compreensão e amor. Pelo apoio durante todo o processo, além do conhecimento que me foi compartilhado, sendo fundamental para o desenvolvimento do presente estudo.

Ao meu pai, Marco, pela paciência, preocupação, segurança e carinho. Por ter acreditado no meu potencial e por ser um exemplo de força e persistência, mostrando que a vitória se conquista com esforço, trabalho e dedicação.

Às minhas irmãs, Luíza, Patrícia e Carolina, pelo carinho, amor, preocupação e amizade. Por me proporcionarem muitos momentos de descontração e alegria em meio às dificuldades do processo de escrita.

À minha querida vó, Irany, por todo apoio, compreensão e carinho. Pelas comidas deliciosas e por me abrigar tantas vezes em sua casa quando precisei de um lugar sossegado para escrever o presente trabalho.

Aos amigos que me ajudaram direta e indiretamente, me dando força quando a mesma parecia ter acabado, me ajudando com todo carinho do mundo, pelo apoio e ajuda nos dias e noites de estudo, pela companhia em muitos fins de semana de sol em casa no meio dos livros, pelo ombro amigo, por ter compreendido meus dias de nervosismo, pela paciência em ouvir meus momentos de choro e por estarem sempre perto quando precisei.

À minha orientadora, Monica Machado, pelo incentivo e paciência, pela ajuda crítica e detalhada que me permitiu desenvolver o assunto deste trabalho com mais segurança. Por partilhar comigo seu tempo em orientações e pelo conhecimento grandioso, enriquecendo e aperfeiçoando ainda mais este estudo.

Aos integrantes da banca, Ilana Strozenberg e José Carlos Rodrigues, pela disponibilidade, contribuições e direcionamentos.

Agradeço também a colaboração de todos os participantes da comunidade Vivo Naturalmente, especialmente à Fernanda e ao Alcir que me acolheram e tornaram a presente pesquisa possível e prazerosa.

À CAPES pela bolsa que me permitiu desenvolver a pesquisa por 18 meses, ao Programa EICOS, aos seus docentes pelos aprendizados e aos funcionários pelo apoio.

A todos aqueles que foram de alguma forma importantes para a realização deste trabalho.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Diagrama 1: Elementos do senso de comunidade e suas relações hipotéticas	37
Figura 1: Jardim do local de cursos da comunidade Vivo Naturalmente	67
Figura 2: Fachada da casa principal do local de cursos da comunidade Vivo Naturalmente	67
Figura 3: Decoração da mesa na 1ª turma do curso de Aromaterapia da comunidade Vivo Naturalmente	68
Figura 4: Livros expostos na bancada do local de cursos da comunidade Vivo Naturalmente	68
Figura 5: Decoração da mesa na 2ª turma do curso de Aromaterapia da comunidade Vivo Naturalmente	69
Figura 6: Baú, óleos essenciais, cristais e vela, presentes na decoração do ambiente do curso do Vivo Naturalmente.....	70
Figura 7: Texto publicado no Facebook a respeito da atmosfera bruxesca da comunidade Vivo Naturalmente	78
Figura 8: Respiração 478 durante curso de aromaterapia da comunidade Vivo Naturalmente	79
Figura 9: Publicação da Anvisa no Facebook sobre proibição de uso de produtos naturais compartilhada no grupo.....	82
Figura 10: Comentários sobre a preocupação com cosméticos industrializados na publicação da Anvisa	83
Figura 11: Comentários sobre a legislação na publicação da Anvisa.....	84
Figura 12: Critérios de qualidade a serem analisados nos rótulos de produtos naturais.....	87
Figura 13: Sistema de atuação da via olfativa exposto no curso de aromaterapia	91
Figura 14: Explicação da via de ação energética exposta no curso de aromaterapia	91
Figura 15: Cloé aproximando o pote para Susana experimentar o aroma no curso de aromaterapia	94
Figura 16: Susana compartilhando aroma com Coral no curso de aromaterapia	95
Figura 17: Compartilhamento das alquimias nas redes sociais no curso de aromaterapia	99
Figura 18: Roda de alquimia coletiva no curso de aromaterapia	100
Figura 19: Mesa para alquimia coletiva no curso de aromaterapia	101
Figura 20: Foto encerramento do ritual de passagem no curso de aromaterapia	102
Figura 21: Mensagem de boas-vindas publicada na comunidade Vivo Naturalmente.....	104
Figura 22: Mensagem de Iolanda na comunidade Pythonissam	107
Figura 23: Mensagem de ancestralidade e luta publicada na comunidade Pythonissam.....	108
Figura 24: Mensagem de resistência e manutenção da ideologia de gênero na comunidade Pythonissam.....	109
Figura 25: Mensagem de bruxa sábia e intuitiva na comunidade Pythonissam	110
Figura 26: Mensagem de retomada do corpo e da essência feminina na comunidade Pythonissam	111
Figura 27: Publicação em homenagem ao dia das bruxas retirada do perfil Flora.....	114
Figura 28: Truque para congestão nasal compartilhado na comunidade Vivo Naturalmente	116
Figura 29: Indicação de desodorante compartilhado na comunidade Vivo Naturalmente	117
Figura 30: Receita para piolhos mãe da Iolanda compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente	118
Figura 31: Receita para dor de ouvido mãe da Margarida compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente	118

Figura 32: Mensagem de maternidade e cuidado compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente	118
Figura 33: Publicação sobre maternidade e cuidado no perfil de Flora.....	120
Figura 34: Preocupação com as gerações futuras compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente	121
Figura 35: Conexão com a Mãe Terra compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente.....	121
Figura 36: Rede de confiança compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente	123
Figura 37: Debate sobre política na comunidade Vivo Naturalmente	126
Figura 38: Continuação do debate sobre política na comunidade Vivo Naturalmente.....	127
Figura 39: Anúncio da compra coletiva compartilhado na comunidade Vivo Naturalmente	130

LISTA DE SIGLAS

Anvisa - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

RESUMO

MOURA, Isabela Braga. *Bruxas de Hoje: conexões presenciais e digitais da comunidade Vivo Naturalmente*. Rio de Janeiro, 2019. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

Esta pesquisa propõe-se a estudar o consumo consciente de cosméticos a partir da comunidade Vivo Naturalmente. O objetivo é compreender a cultura *slow beauty* como forma de construção da identidade e participação política. Com base nas teorias da antropologia digital, do consumo como processo cultural e dos sentidos atribuídos ao corpo, realiza uma etnografia para compreender a teia de significados por trás das práticas da comunidade. Promove, por meio da literatura especializada, uma reflexão teórico-metodológica acerca do consumo e dos sentidos evocados através das relações em arenas de significação. Mais do que suprir necessidades, os bens têm um importante papel na autoexpressão e no exercício da cidadania. A partir de um debate sobre sensibilidade, corpo e beleza reconhece a influência de valores, crenças e expectativas de uma cultura nos hábitos de higiene e cuidado corporal. Por meio da observação participante, faz um relato etnográfico do ritual de passagem para entrada na comunidade, revelando mitos e significados de práticas aparentemente mundanas. Por fim, realiza uma etnografia digital para traçar um retrato da identidade “bruxesca” construída pela comunidade em suas relações digitais, evocando a essência feminina e suas dimensões políticas e sociais.

Palavras-chave: *Slow Beauty*. Comunidades digitais. Consumo consciente. Etnografia digital.

ABSTRACT

MOURA, Isabela Braga. *Bruxas de Hoje: conexões presenciais e digitais da comunidade Vivo Naturalmente*. Rio de Janeiro, 2019. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.

This research proposes to study cosmetics conscious consumption from the Vivo Naturalmente community. The goal is to understand the slow beauty culture as a way of building identity and political participation. Based on the theories of digital anthropology, consumption as a cultural process and the meanings attributed to the body, it performs an ethnography to understand the meanings web behind community practices. It promotes, through the specialized literature, a theoretical-methodological reflection on the consumption and the senses evoked through the relations in signification arenas. More than supplying needs, goods play an important role in self-expression and the exercise of citizenship. From a debate about sensitivity, body and beauty, it recognizes the values, beliefs and expectations influence of a culture in the hygiene and body care habits. Through participant observation, makes an ethnographic account of the rite of passage into the community, revealing the myths and meanings of seemingly mundane practices. Finally, carries out a digital ethnography to draw a picture of the “bruxesque” identity built by the community in its digital relations, evoking the feminine essence and its political and social dimensions.

Keywords: Slow Beauty. Digital Communities. Conscious Consumption. Digital Ethnography.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
2 REFLEXÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS PARA UM ESTUDO DO SLOW BEAUTY	20
2.1 CONSUMO, UMA PERSPECTIVA ANTROPOLÓGICA	20
2.1.1 Por uma abordagem da cultura material	25
2.1.1.1 Cultura material e política.....	28
2.1.2 A questão da representação	29
2.1.3 Comunidade	32
2.2 CORPO.....	37
2.2.1 Sensibilidade contemporânea	45
2.2.1.1 Mitos e ritos	48
2.2.2 Beleza, uma questão de gênero	53
2.3 METODOLOGIA	56
2.3.1 A antropologia digital.....	56
2.3.2 Etnografia digital e os procedimentos metodológicos	63
2.3.2.1 Observação participante do ritual de passagem	64
2.3.2.2 Observação participante da comunidade virtual	65
2.3.2.3 Entrevista em profundidade	66
3 RITO DE PASSAGEM: OS SENTIDOS SOCIAIS DAS BRUXAS	67
4 BRUXAS DE HOJE: COMUNIDADE E CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE	103
4.1 IDENTIDADE BRUXESCA.....	106
4.1.1 Maternidade, mais uma dimensão da essência feminina	115
4.1.2 Sustentabilidade: rede de confiança e Mãe Terra.....	119
4.1.3 Política: consumo e cidadania.....	124
4.1.4 Compras coletivas: conexões e colaboração	128
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	133
REFERÊNCIAS.....	138
APÊNDICE A – ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE DAS AULAS	147
APÊNDICE B – ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE DO GRUPO VIVO NATURALMENTE NO WHATSAPP.....	149

APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTAS	153
APÊNDICE D – REGISTRO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	155
ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP.....	159
ANEXO B – TERMO DE ANUÊNCIA VIVO NATURALMENTE	163

1 INTRODUÇÃO

O Brasil é o terceiro maior mercado de cosméticos, respondendo por 9,4% dos produtos de beleza consumidos no mundo (EUROMONITOR, 2016). Esse cenário deve-se, em grande parte, ao fenômeno *fast beauty*: o belo ligado a uma padronização estética na qual a juventude é indispensável (ISHIDA, 2006). Nesse contexto, os cosméticos devem oferecer efeitos imediatos de manutenção da juventude. Esse consumo imediatista em grande escala ultrapassou a capacidade da Terra de repor os recursos naturais (REDE WWF, 2014). Diante de tal desafio, a atenção a questões de sustentabilidade cresceu. Em oposição ao sistema *fast* surgiu na década de 1980, na Itália, a tendência *slow* nas mais diferentes áreas; na alimentar, *slow food*; na moda, *slow fashion*; e na beleza, *slow beauty*. A busca pelo padrão deu lugar a uma valorização da beleza individual da mulher. Em lugar da juventude, a beleza de cada idade. Ishida (2006) acredita que o fenômeno da cosmética natural é o próximo estágio social. Dados do Google Trend confirmam a tendência, enquanto o *slow food* e o *slow fashion* são mais procurados na plataforma de pesquisa Google, apenas o *slow beauty* apresentou crescimento nos últimos 2 anos.

Através da Internet, as adeptas ao *slow beauty* puderam ter acesso à informação instantaneamente. A web não só provocou uma mudança no cenário do consumo feminino, como difundiu o movimento. Sites, blogs e, principalmente, grupos nas redes sociais, as chamadas comunidades virtuais, têm sido utilizadas como plataforma de compartilhamento de conhecimento e construção desse fenômeno. Bookchin (2010) aponta que apenas as ações coletivas e o estabelecimento de uma relação consciente entre cultura e natureza trariam mudanças significativas ao meio ambiente.

Nesse contexto, as comunidades virtuais de consumo consciente, enquanto espaços coletivos, possuem grande potencial na adoção de uma nova relação com a natureza e na redução do impacto sobre ela. Dessa forma, a dimensão social deste trabalho reside no compromisso com as demandas sociais como a identidade feminina e na articulação entre a necessidade de superar os desafios ambientais e o comprometimento com o desenvolvimento futuro. Ela se traduz também na escolha do método; para Miller (2017), a etnografia é uma forma de engajamento com as pessoas que nos dão conhecimento para devolvermos para o mundo.

Nesse cenário, o presente trabalho tem como objetivo geral compreender a cultura da cosmetologia natural de uma comunidade de consumo consciente. Os objetivos específicos são: (i) descrever a cultura *slow* e o ritual de passagem para entrada na comunidade; (ii) compreender o

papel dos bens; (iii) identificar o significado das práticas cotidianas dos membros, seus mitos e ritos; (iv) investigar o papel das plataformas digitais nas práticas e engajamentos políticos, nas conexões com outros membros da comunidade e na construção da identidade. Ainda que estudos etnográficos não partam de hipóteses muito rígidas, iniciamos a investigação a partir das seguintes inquietações: (i) o movimento *slow beauty* transformou a identidade de suas integrantes; (ii) o movimento *slow beauty* transformou a relação das integrantes com os bens; (iii) apesar das transformações, as práticas continuam ancoradas no mito da saúde e da ciência; (iv) as plataformas digitais ampliaram o *slow beauty* com o movimento colaborativo.

Com o intuito de compreender o contexto e os indivíduos em suas relações com a cultura, o estudo aborda a vida cotidiana através de uma etnografia digital. Enquanto método de descrição densa, a etnografia contempla a visão complexa do fenômeno estudado, revelando a teia de significados por trás das práticas aparentemente mundanas (GEERTZ, 1989). É importante ressaltar que o método tem a vantagem de entender a realidade a partir da perspectiva daquele que é estudado (VANNINI, 2009), bem como o foco nas práticas dos atores sociais, no contexto, nas negociações e interações (ADLER; ADLER; FONTANA, 1987).

A abordagem da vida cotidiana deve contemplar as diferentes plataformas que compõem a vida diária, se grande parte do tempo é vivido no ambiente online, as pesquisas também devem ser feitas nessa esfera (MILLER et al, 2016). A internet é compreendida aqui como um fenômeno incorporado, corporificado e cotidiano (HINE, 2015). A partir dela, as pessoas se conectam, desenvolvem novas identidades e formações sociais. Conforme supracitado, ela desempenha um papel importante na disseminação e construção do movimento no caso do *slow beauty*, e, portanto, o método adotado contempla a complexidade do fenômeno em suas dimensões da vida diária.

Para desvendar o significado das práticas das adeptas ao movimento *slow beauty* e o papel desempenhado pelos bens nesta rotina, foi feita uma observação participante das aulas do curso de Fernanda Telles. Ela é saboeira, aromaterapeuta, massoterapeuta e idealizadora da Vivo Naturalmente, um empreendimento materno de biocosméticos naturais. Ela fundou a marca junto com o marido Alcir Blondet há cinco anos após não encontrarem no mercado produtos naturais para cuidar da higiene e da saúde de sua filha Iasmim. Hoje, Fernanda e Alcir vendem cosméticos e produtos para cuidado de bebês e ministram cursos e oficinas de saboaria, alquimia e aromaterapia. Fernanda busca compartilhar conhecimento sobre um estilo de vida mais saudável e

cosmética natural. Para tanto, ela mantém dois grupos no WhatsApp chamados Viva Naturalmente e Compras Coletivas com todas as pessoas que já participaram.

A partir dos dados coletados na fase de observação, foi elaborado um roteiro de entrevistas com as participantes do curso e com a própria instrutora para compreender em detalhes aspectos do comportamento das adeptas ao *slow beauty*, como crença, valores, atitudes e motivações. Considerando a importância do ambiente digital para o estudo do fenômeno, o campo investigado conta com uma etapa online de observação das discussões no grupo do WhatsApp com alunas e ex-alunas do curso. Também foram investigados os usos de outras plataformas, como perfis em redes sociais, para descobrir seu papel na construção da identidade.

Ao contrário dos estudos que condenam o consumo por compreendê-lo sob a ótica materialista, hedonista e excludente, o presente trabalho foca nas satisfações simbólicas da apropriação coletiva em relações de solidariedade e de distinção. A perspectiva adotada é a de integração. Os bens comunicam e cumprem uma função de mediação das relações socioculturais em arenas de significação. Para além do valor prático, interessa o valor simbólico e os diferentes sentidos que eles evocam. O consumo é compreendido aqui como um processo cultural, no qual o ser humano recebe e envia mensagens (CANCLINI, 1995; APPADURAI, 2009). É a apropriação e o uso de produtos dentro de processos socioculturais que demandam uma racionalidade sociopolítica interativa. A lógica que o rege não é a de satisfação de necessidades, mas de “dar sentido ao fluxo rudimentar dos acontecimentos” (CANCLINI, 1995, p. 83) e os bens são marcadores de sentido (BARBOSA, 2004; MACHADO 2011). Dessa forma, a preferência por modos inovadores de consumo demarca uma cultura consciente e cada vez mais preocupada com o outro (GIGLIO, 1996; BOONE; KURTZ, 1998; ASHLEY, 2003; IDEC, 2004). Nesse processo, os consumidores fazem da compra um ato de cidadania a partir do momento em que escolhem de forma racional produtos e empresas com menor impacto social e ambiental.

Portanto, o presente trabalho adota a perspectiva teórica de Canclini (1995), Appadurai (2009), Barbosa (2004), Machado (2011) e Douglas e Isherwood (2013), com especial atenção ao fluxo de trocas marcadas pelos bens e o mapeamento da vida cotidiana através do consumo. Os bens são compreendidos como marcadores e parte do processo de reprodução social. Adota também a perspectiva de Rodrigues (1979; 2014), Reischer e Koo (2004), Douglas (1970) e Mauss (2003), considerando a sensorialidade e os processos corporais como fenômenos sociais capazes de revelar crenças, valores e expectativas, através dos sentidos que são atribuídos ao corpo por uma cultura.

Do mesmo modo, considera-se para o debate o aspecto interdisciplinar dos estudos de cultura material (VANNINI, 2009). Vasconcelos et al. (2008) apontam a complexidade dos fenômenos psicossociais, como a cultura, e a necessidade de uma aliança de abordagens teóricas para a compreensão de suas práticas. Por conseguinte, a forma como os significados são apropriados pelos indivíduos, que diz respeito ao campo da psicologia, e o mundo intencional de criação, uso e apropriação para além da subjetividade, campo da antropologia, serão considerados na investigação (SOUZA, 2003).

O capítulo 2, Reflexões Teórico-Metodológicas para um Estudo do *Slow Beauty*, tece reflexões necessárias ao estudo do *slow beauty*. Inicia com uma discussão sobre o fenômeno enquanto parte das relações sociais e o papel dos bens na cultura, apresentando a necessidade de compreender o consumo de forma ampla, considerando não apenas os bens adquiridos através da compra. Também aborda a valorização da especificidade do estudo e o olhar a partir da perspectiva de quem é estudado. Propõe uma reflexão sobre como a política se faz presente nos significados construídos através da cultura material. Aborda o conceito das representações, tão importante para os estudos culturais do ponto de vista do discurso, compreendendo a singularidade do período histórico, as implicações de poder e a questão do consciente e inconsciente das ações sociais. Propõe um debate sobre o conceito de comunidade entendido de forma ampla, para além das relações face a face, e como parte da cidadania na qual prazer individual e bem-estar coletivo coexistem.

Segue com uma discussão sobre sensibilidade, corpo, beleza e cultura. Reconhecendo as questões sociais que envolvem o corpo e a sensibilidade, ultrapassando a visão puramente biológica. Os valores, crenças e expectativas de uma cultura são refletidos nos cuidados corporais e nos sentidos predominantes, seja a visão ou o olfato. Aponta a importância da infância e da educação na transmissão das práticas de higiene e beleza. Propõe um contraste entre a sensibilidade contemporânea e da Idade Média para compreensão dos costumes aparentemente naturais. Apresenta, então, o conceito de mitos e ritos como práticas intrínsecas à vida social e reveladores da cultura *slow*; eles também evidenciam as contradições e as soluções coletivas para questões sociais. Trata a beleza como uma questão cultural e de gênero, exaltando o corpo como um espaço de reprodução e resistência dos valores hegemônicos.

Finaliza reconhecendo o ambiente online como uma dimensão da vida cotidiana e propõe uma abordagem que englobe essa esfera. Para tanto, apresenta o conceito de Internet E³ e da

subdisciplina da antropologia digital, reconhecendo as novas práticas comunitárias e de interação nesse ambiente. Em seguida, elenca os pressupostos da etnografia digital enquanto método escolhido. Apresenta o campo investigado e os procedimentos metodológicos.

O capítulo 3, Rito de Passagem: os Sentidos Sociais das Bruxas, traz uma descrição densa do ritual de passagem para a entrada na comunidade. Inicia com os rituais preparatórios e as motivações para adesão ao novo estilo de vida, para então entrar na parte teórica do curso de aromaterapia. Nesse ponto compreendemos melhor a proposta da comunidade, seu mitos e ritos, as prescrições, recomendações e expectativas relacionadas ao mágico, ou bruxa. A descrição densa segue revelando a teia de significados por trás das práticas do *slow beauty*. A conexão com a natureza, a questão da ancestralidade e da essência feminina são debatidas brevemente. Por fim, descreve a etapa prática do curso articulando a produção dos cosméticos e as justificativas dos caminhos escolhidos com as significações percebidas ao longo do ritual de passagem.

No 4º capítulo, Bruxas de Hoje: Comunidade e Construção da Identidade, aprofundamos nos significados produzidos pela comunidade. Primeiramente apresentando o universo estudado e articulando com os conceitos de comunidade trabalhados no capítulo 2. Seguimos então para a compreensão da identidade bruxesca a partir da construção da essência feminina e as principais questões que a cercam. São elas: a maternidade enquanto dimensão do feminino; a sustentabilidade com a construção de uma rede de confiança e conexão com a Mãe Terra; a política como expressão da cidadania por meio do consumo; e as compras coletivas responsáveis por vínculos e pela colaboração.

Nas Considerações Finais faz uma síntese da cultura *slow beauty*, articulando os principais aspectos identitários com as reflexões teórico-metodológicas levantadas inicialmente. Propõe pensar o movimento enquanto uma comunidade digital que valoriza as potencialidades individuais ao passo em que proporciona o bem-estar coletivo. Reflete sobre a imersão das pesquisadoras no campo e suas implicações na pesquisa. Por fim, propõe possíveis caminhos a serem explorados em outros estudos sobre *slow beauty*.

2 REFLEXÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS PARA UM ESTUDO DO SLOW BEAUTY

2.1 CONSUMO, UMA PERSPECTIVA ANTROPOLÓGICA

Embora haja muitas teorias para o complexo campo do consumo, o presente estudo adota uma abordagem socioantropológica de tradição anglo-americana e francesa. Essa corrente ganhou força nas ciências sociais e na história a partir dos anos de 1980. Até então prevalecia a tradição do *bias* produtivista, cujos esforços se concentravam no lado da produção e na estratificação social (BARBOSA; CAMPBELL, 2013). O consumo assume nesse cenário o papel de vilão em oposição à sociedade de consumidores, e a mercadoria fica entre o fetichismo e a utilidade. A preferência pelo lado produtivista enfatiza a crítica materialista e moralizante ao consumo de bens materiais que dominou o cenário até então (BARBOSA, 2004; BARBOSA; CAMPBELL, 2013).

Abordagens enraizadas de preconceito ideológico e moral têm focado na produção interpretando o consumo sob uma lógica da alienação na qual os bens, enquanto propriedades simbólicas, servem à obtenção e manutenção de status (BAUDRILLARD, 1981; FROMM, 1987; BAUMAN, 1999; JAMESON, 2004; SENNET, 2006). Bauer et al. (2012) investigaram a partir da ótica materialista e das consequências negativas do consumo no âmbito individual e social. Calogero (2017) adotou a perspectiva do consumo de cosmético como auto objetificação e suporte ao *status quo*. De maneira similar, Yang (2011) apresenta uma visão pós-socialista que compreende o corpo e a mulher como plataformas de desenho de poder e enaltecimento do consumismo. Estudos sobre *slow fashion* e sustentabilidade adotaram o paradigma operacional (JUNG; JIN, 2014; JUNG; JIN, 2016a), o processo de decisão do consumidor (ZARLEY; YAN, 2013) e a criação de valor para o cliente (JUNG; JIN, 2016b). A complexidade do fenômeno não pode ser abarcada em teorias críticas que tomam o consumidor como passivo e irracional diante da manipulação da produção e da publicidade.

No que tange ao consumo consciente, Bray, Johns e Kilburn (2011) e Yeow, Dean e Tucker (2013) adotaram a teoria das barreiras e da maturidade moral para compreender a lacuna entre fala e comportamento dos consumidores. No estudo do minimalismo na moda, Ozdamar e Atik (2015) partiram das barreiras e motivações. A teoria pós-materialista, que sugere uma reorientação de valores e mudança na ação política foi utilizada para compreender o comportamento de consumo político de jovens (BARBOSA; PORTILHO; WILKINSON; DUBEUX, 2014). A questão política,

em especial sua dinâmica e movimentos sociais, contribuiu para outro trabalho do campo (VAN BOMMEL; SPICER, 2011). Tencati e Zsolnai (2012) adotaram as teorias das ciências comportamentais e da psicologia para propor um modelo corporativo colaborativo em relação ao *slow food*. Já Brodway (2015) adotou a teoria de pertencimento para analisar a adoção do minimalismo na comida em restaurantes.

Há também estudos de comunidades virtuais de consumo consciente que exploram a teoria das experiências coletivas (PAPAOIKONOMOU; VALVERDE; RYAN, 2012), da comunidade participativa e a influência de redes sociais no comportamento dos indivíduos (GUMMERUS; LILJANDER; SIHLMAN, 2015), da manipulação para o consumo com foco na mudança do consumidor passivo para ativo (ORNEILAS, 2013) e dos valores compartilhados, para investigar como as divergências e convergências afetam a comunidade (LONG; MURRAY, 2013). O estudo de comunidades virtuais de moda adotou a perspectiva da cultura doméstica e do feminismo, valorizando as práticas de construção da comunidade (BAIN, 2016). As ações coletivas enquanto corpos simultaneamente coerentes e diversos foram utilizadas em uma investigação sobre *slow food* (HENDRIKX; DORMANS; LAGENDIJK; THELWALL, 2017).

Adams e Raisborough (2010) adotaram uma abordagem do consumo como realidade cotidiana e as experiências e negociações que impactam e refletem a autoconsciência. Sassatelli (2015) propõe um afastamento a teorias que ligam o consumo à mera reprodução e devolve a soberania do consumidor, valorizando a subjetividade dos indivíduos e suas capacidades de desenvolverem novos prazeres em estilos de vida minimalistas. Os estudos do consumo de cosmético utilizaram teorias que valorizam a subjetividade na construção da identidade de gênero e racial (CLARK, 2016), e concepções pós-estruturalistas feministas que compreendem as práticas da beleza como sociais (STUART; DONAGHUE, 2012). Uma perspectiva mais ampla, que contempla as motivações altruístas e privadas para o comportamento ético, foi utilizada para explorar a visão das pessoas em relação ao *slow food* (WILLIAMS et al., 2015) e a preocupação ambiental no consumo consciente (BECK; DE FARIA PEREIRA, 2012).

Perspectivas mais próximas à adotada no presente trabalho olham para o tema sob a ótica da cultura do consumo e da identidade individual e coletiva através da compra (SCANLON, 2000), do processo de criação, mudança e trocas proporcionado pelo espaço do salão de beleza na formação de subjetividade (OSSMAN, 2002) e a beleza como plataforma de libertação, identidade e atração sexual na vida pública e na formação da mulher moderna (PEISS, 2011).

Diante da escassez de estudos que considerem as novas formas de sociabilidade, de comunicação e de subjetividade da beleza minimalista sob a ótica da cultura material, este estudo se propõe a preencher essa lacuna. O presente estudo vem somar às discussões ao focar no *slow beauty*. Tema importante devido à perspectiva do movimento enquanto próximo estágio social (ISHIDA, 2016) e maneira coletiva de superar os desafios da sociedade atual na diminuição dos impactos ambientais. Ele vem ao encontro da demanda por investigações acerca das novas formas de consumo que articulem conhecimento com a dinâmica social. Adotaremos uma visão mais sociológica e antropológica do fenômeno do consumo “na qual as experiências, as representações e as práticas dos ‘consumidores’ fundamentam e ancoram todo o esforço analítico” entendendo “o processo social e mecanismo de mediação fundamental das sociedades contemporâneas – o consumo em suas múltiplas dimensões” (BARBOSA; CAMPBELL, 2013, p. 13).

Então, o que significa adotar uma perspectiva socioantropológica? Significa compreender o fenômeno do consumo como um processo cultural, de envio e recebimento de mensagens pelos indivíduos, no qual os produtos são apropriados e utilizados dentro de processos socioculturais e não algo separado do mundo social (CANCLINI, 1995; APPADURAI, 2009). Descartamos a passividade dos atores, uma vez que tais processos demandam uma racionalidade sociopolítica interativa. Entendemos que através dele se estabelecem vínculos sociais. Para além da satisfação das necessidades, o consumo dá sentido “ao fluxo rudimentar dos acontecimentos” através de marcadores de sentido, os bens (CANCLINI, 1995, p. 83). A particularidade da produção de conhecimento antropológico é a compreensão do universo humano como socialmente construído, contingente (STROZENBERG, 2003).

Segundo Barbosa e Campbell (2013, p. 26), consumo é:

ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais como produtor de sentido e de identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilo de vida e identidades; e uma categoria central na definição da sociedade contemporânea.

Tal concepção evidencia a importância do consumo não somente na forma de mercadorias. Para Barbosa e Campbell (2013), a maioria dos estudos tende a cair nessa redução, deixando de fora aspectos fundamentais. Ao conceber formas não tradicionais, ou seja, que não estejam ligadas à aquisição no mercado, cabe questionar sua articulação com as fontes clássicas e a maneira que se

desenvolveram. Douglas e Isherwood (2013) complementam, para além do mercado, o consumo está dentro da lei e as decisões que envolvem uma forma ou outra são vitais para os estudos. Os autores propõem utilizar as mercadorias para pensar, concebê-las como “um meio não verbal para a faculdade humana de pensar” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 106).

Dessa forma, um estudo que se propõe a investigar a cultura da beleza minimalista deve considerar tanto os cosméticos adquiridos através de lojas tradicionais, como aqueles que são trocados ou produzidos pelas próprias adeptas ao movimento *slow beauty*. Esses, como aqueles, revelam uma teia de significados e trocas sociais importantes. Essa visão ampla do consumo deve ser aliada a uma compreensão da questão coletiva dessa atividade.

Conforme supracitado, um importante aspecto do consumo é sua capacidade de dar sentido. No entanto, essa produção não é individual. Através dos bens, as relações sociais são estabelecidas e mantidas por meio da criação de um universo de valores em conjunto com outros consumidores. Dessa maneira, temos o consumo como uma atividade essencialmente social. Ele é um meio de integração, aproximação e diferenciação com outros, de demarcação do lugar no mundo (CANCLINI, 1995; APADURAI, 2009; MACHADO, 2011). O ser humano utiliza os bens para comunicar-se com outros e com o mundo e essa interlocução demanda um sistema organizado de significações. Ele cumpre uma função comunicativa e de mediação das relações socioculturais, tornando-se uma arena de significação cultural e produção de sentidos na qual os discursos são articulados (MACHADO, 2015b). Nesse cenário, o consumidor está à procura de informação em um ambiente mutante. Strozenberg (2003) afirma que toda vida social é um processo de comunicação, por tanto, com o consumo não seria diferente.

No que diz respeito às mutações, os significados são definidos de forma pública. Tais convenções são conhecidas como rituais e sua função é manter a estabilidade das interpretações. Os bens, por sua vez, são acessórios do processo ritual do consumo. Rejeitamos aqui uma abordagem materialista das mercadorias enquanto objeto de desejo. Pelo contrário, elas são “como fios de um véu que disfarça as relações sociais que cobre” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 267). Faz-se necessário, então, atentar-se ao fluxo de trocas e aos padrões que delas surgem.

Do ponto de vista antropológico, a questão da mediação sociocultural pelo consumo evoca os usos sociais da cultura material (MILLER, 1998). Para Geertz (1989), a cultura é a teia de significados tecida pelo ser humano cuja ciência é a da interpretação dos significados. É desvendar a diferença entre uma piscadela de cumplicidade e uma de tique nervoso, ou do uso do vinagre para

a culinária ou como cosmético na cultura minimalista. O significado é público e a cultura também, para piscar é preciso saber o que é contrair a pálpebra, assim como para usar o vinagre é preciso saber o que ele é. Cabe aos investigadores descobrirem a importância e o que está sendo transmitido no ato. Dessa forma, pesquisar a cultura é atender ao contexto no qual estão inscritas as ações e traçar o discurso social.

A descrição densa contempla a visão complexa do fenômeno estudado, revelando a teia de significados por trás das práticas aparentemente mundanas. No trabalho de análise do discurso social, os significantes são os atos e conjuntos de atos simbólicos (GEERTZ, 1989). Os bens são carregados de significação social e é na análise de seus usos como comunicadores que os esforços devem ser concentrados (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013). Dessa forma, os estudos que focam a perspectiva reducionista não descortinam o consumo para compreender a dinâmica sociocultural por baixo dos panos.

Quando pensamos que os segredos de beleza, passados por gerações, envolvem a intimidade, o prazer e a ambição das mulheres, estamos em busca dessa concepção mais ampla de consumo. É preciso superar o olhar superficial e compreender a cultura da beleza como um sistema de significações, uma teia de rituais íntimos e relações sociais que fazem parte da vida cotidiana e das experiências sociais das mulheres (PEISS, 2011).

Portanto, o presente estudo adota uma abordagem ancorada na antropologia para não se restringir à ponta do iceberg, mas submergir no mundo de significações do consumo de beleza minimalista. Dessa forma, os bens serão compreendidos como bens culturais e através deles é possível observar a complexidade das relações sociopolíticas. Por meio das interações e das disputas nas arenas de significação, os sujeitos organizam suas sociabilidades e transitam pelo mundo (MACHADO, 2015b). Barbosa e Campbell (2013) alertam para a heterogeneidade dos processos e a impossibilidade de explicá-los através de abordagens generalizantes. É preciso, pelo contrário, valorizar as particularidades de cada fenômeno. O que se aplica à moda, não pode se afirmar sobre comida ou sobre beleza.

No caso do estudo da cultura do consumo minimalista, é preciso acrescentar uma discussão sobre os novos contornos políticos que o consumo consciente pode demarcar. Decerto, a relação entre consumidores e cidadãos estabelecida por Canclini (1995, p. 45, 54, 55) aponta um caminho que se articula com os conceitos debatidos anteriormente:

para vincular o consumo com a cidadania, e vice-versa, é preciso desconstruir as concepções que julgam os comportamentos dos consumidores predominantemente

irracionais e as que somente veem os cidadãos atuando em função da racionalidade dos princípios ideológicos. [...] No entanto, quando se reconhece que ao consumir também se pensa, se escolhe e reelabora o sentido social, é preciso analisar como esta área de apropriação de bens e signos intervém em formas mais ativas de participação do que aquelas que habitualmente recebem o rótulo de consumo. Em outros termos, devemos nos perguntar se ao consumir não estamos fazendo algo que sustenta, nutre e, até certo ponto, constitui uma nova maneira de ser cidadãos.

Dessa forma, pode-se inferir que a preferência por determinadas empresas e formas inovadoras de consumo demarca uma cultura consciente e cada vez mais preocupada com o outro, tendência já apontada por autores como Giglio (1996), Boone e Kurtz (1998), Ashley (2003), pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC (2004), pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 1998) e Santos et al (2008). Nesse processo, os consumidores fazem da compra um ato de cidadania a partir do momento em que escolhem de forma consciente produtos de empresas com menor impacto social e ambiental.

2.1.1 Por uma abordagem da cultura material

Miller (1998) aponta a necessidade de uma abordagem que una a valorização dos artefatos com a especificidade dos usos e significações dentro de determinados contextos. O autor propõe então a adoção de uma perspectiva da cultura material, essa se alinha ao relativismo antropológico. Barbosa e Campbell (2013) advogam contra as generalizações por compreenderem as especificidades dos fenômenos do consumo. No entanto, o que Miller (1998; 2007) chama de particularidade é mais do que a diferença entre consumo de moda e de cosméticos. O estudo da cultura material proposto pelo autor desmembra o consumo e valoriza a materialidade de cada gênero.

Para explicar essa posição relativística, Miller (2007) cita o exemplo dos estudos antropológicos de um carro. Quando a análise é submetida para além da antropologia convencional, através da lente da cultura material, é possível identificar que um carro não é o mesmo para os aborígenes australianos e para taxistas do Oeste Africano. De maneira semelhante, os cosméticos não têm o mesmo significado para as adeptas ao *slow* e do *fast beauty*.

No campo do consumo consciente, conforme abordado no fim da seção anterior, existe um fator de preocupação com o outro e com o meio ambiente que certamente exercem influência no que os bens comunicam para essas pessoas. Em uma parte, pelas transformações das mercadorias para determinados grupos e, em outra, pelos usos e relações que se estabelecem com e entre esses

bens. Soma-se ainda a questão de viver em um mundo em constante mudança e com as mais variadas práticas. Enquanto significadores sociais, faz-se necessária uma análise que revele o que as mercadorias comunicam, como já apontavam Douglas e Isherwood (2013).

Adotar uma perspectiva da cultura material é valorizar a vida cotidiana como forma ativa de negociação, que envolve valores práticos e simbólicos dos objetos que a compõem. É perceber a importância do mundano e usar abordagens metodológicas que contemplem as práticas da vida diária. É considerar o contexto, os agentes humanos e não humanos envolvidos e todas as camadas que cobrem as interações. É analisar a ação do objeto na vida das pessoas (VANNINI, 2009). A particularidade desses estudos é envolver fatos curiosos, inocentes, envolventes, imprevisíveis e espontâneos, tal como a vida cotidiana.

Pensamos os objetos a partir da cultura material para enfatizar a manifestação da cultura nas práticas comunicativas e materiais. Eles são microcosmos da cultura global, que reúnem diferentes sistemas de significação. Além de objetos, são produtos tecnológicos que demandam a compreensão de diversas linguagens para decifrá-los (VANNINI, 2009). Utilizando o exemplo de um relógio, o autor diz que, para além da representação do tempo, ele pode simbolizar memórias pessoais, status e até um troféu. Dessa forma, é possível perceber a multiplicidade de significados que um mesmo objeto pode ter e, para encontrá-los, é necessária uma combinação de abordagens.

Machado (2015a; 2015b) sugere a observação da cultura material como uma linguagem dinâmica que conversa com a vida social. Dessa maneira, ela pode ser entendida como um “campo de análise das relações sociais entre sujeitos e bens” (MACHADO, 2015b, p.147). A partir desse ponto de vista, olhar a especificidade dos bens é captar a particularidade de determinada cultura, considerando-a como inseparável de sua materialidade (MILLER, 2007). A interpretação dos significados apontada por Geertz (1989) passa então por uma interpretação da materialidade indissociável de qualquer cultura.

Ao refletir sobre o consumo sob a ótica da cultura material, é importante retomar a questão da amplitude do fenômeno. Se o estudo se restringir a bens adquiridos apenas através dos mercados, possivelmente serão descartados objetos fundamentais para compreensão de qualquer cultura. Não interessa apenas o papel econômico dos bens, mas também o cultural. Miller (2007) exemplifica essa questão com um estudo sobre o uso de motocicletas e lambretas por subculturas *mods* e *rockers*. Para esses indivíduos, o consumo estava relacionado também a uma apropriação criativa dos objetos. A customização e as transformações desses bens foram primordiais para a criação

desses grupos sociais enquanto subculturas. Em última instância, foi através dos usos e da comunicação através dos objetos que os *mods* e *rockers* demarcaram seus lugares no mundo.

Estabelecendo novamente um paralelo com o objeto do presente estudo, observa-se a importância de considerar as trocas, transformações e produções individuais de cosmético para a compreensão da cultura da beleza minimalista. Certamente uma investigação que contemple as formas não tradicionais de consumo dessa subcultura dirá muito mais sobre a dinâmica social e sobre o que é o *slow beauty* para essas pessoas do que um trabalho focado nos bens adquiridos através da compra. É importante ressaltar que ambas as formas de consumo devem ser consideradas e desempenham papéis fundamentais no discurso social.

Então, o presente estudo deve focar nos objetos que compõem a vida material do grupo estudado? Não só, adverte Miller (2007). A materialidade deve ser utilizada para uma compreensão da natureza humana em uma sociedade consumidora. Considerar apenas os bens, seus usos e organização é apenas uma parte do esforço. O autor aponta trabalhos sobre casas e vestuários que só chegaram a esse primeiro ponto da cultura material. O estudo de *design* e da posse desses bens deve ser integrado à questão do *self* e os efeitos desses objetos nos usuários. Retoma-se aqui o olhar antropológico da inserção na cultura do outro, ou seja, o que significa morar em uma determinada casa, vestir determinadas roupas.

Nesse aspecto, os estudos do consumo parecem supervalorizar os bens materiais duráveis em detrimento das práticas sociais que envolvem um discurso simbólico (VANNINI, 2009). No entanto, uma abordagem antropológica implica um olhar sobre a realidade a partir da perspectiva de quem é estudado. É preciso ressaltar que tal posicionamento demanda métodos de coleta de dados que contemplem as práticas sociais, o contexto e o agenciamento da interação. Dessa forma, a etnografia é um excelente caminho para pesquisa da vida cotidiana.

Miller (2007) aponta a necessidade dos estudos de cultura material abordarem a criação de sociabilidade. Dessa forma, será possível captar como o cuidado e a preocupação são expressos dentro da casa, como certas roupas revelam atitudes, comportamentos e sentimentos dos indivíduos. A proposta do autor é desfeticizar a mercadoria, descortinando as conexões humanas estabelecidas através dos bens. O objetivo não é o de valorizar tal aspecto, mas de reconhecê-lo. Dessa maneira, o estudo começa e termina na concepção ampla de humanidade, contemplando os bens materiais como indissociáveis. Em resumo, os objetos contam história, mas, geralmente, não a história toda (VANNINI, 2009).

Para Vannini (2009) os estudos da tecnologia e da cultura material devem manter um diálogo mais próximo. Enquanto a primeira aborda a questão de fazer, conhecer e usar objetos, a segunda refere-se ao caráter desses mesmos objetos, às práticas, processos de objetificação e formas de engajamento no mundo. O autor enfatiza a centralidade da compreensão da sociabilidade e da cultura dessa perspectiva.

Um conceito chave para os estudos de tecnologia é o de domesticação. Esse é um processo em quatro fases: a apropriação, que envolve a questão mercadológica de compra e venda do objeto; a objetificação, que diz respeito à familiaridade; a incorporação, que significa a integração dos objetos na vida cotidiana; e a conversão, que é a mudança da relação entre seus usuários e com outros. As interações envolvidas no processo podem ser simbólicas, práticas ou cognitivas. A primeira refere-se à modelação e negociação do significado dos objetos, a segunda a padrões e hábitos de uso e a terceira ao aprendizado e narração (VANNINI, 2009). Em outras palavras, as formas materiais moldam identidades, valores e relacionamentos.

Considerar a objetificação em uma abordagem da cultura material significa a tentativa de

superar o dualismo no pensamento empirista moderno em que sujeitos e objetos são considerados como entidades totalmente diferentes e opostas, respectivamente humanas e não humanas, vivas e inertes, ativas e passivas, e assim por diante. Ao fazer, usar, trocar, consumir, interagir e viver com bens as pessoas se constroem no processo. O mundo dos objetos é, portanto, absolutamente fundamental para a compreensão das identidades dos indivíduos e das sociedades. Ou para colocá-lo de outra maneira, sem os bens - cultura material - nós não poderíamos ser nós mesmos nem nos conhecer (TILLEY, 2006, p.60, tradução nossa).

2.1.1.1 Cultura material e política

Apesar de estudarmos o consumo a partir de uma perspectiva antropológica da cultura material, descartando a interpretação superficial de manipulação dos bens, precisamos reconhecer as implicações políticas que permeiam o fenômeno. Superamos aqui uma visão maniqueísta do consumo sem cair na inocência da neutralidade dos bens. A formação, a manutenção e a dissolução política estão presentes nos artefatos, mas de maneira muito mais implícita do que se faz crer.

Vannini (2009) exemplifica a questão através de um estudo sobre vinho. Inicialmente se estabelece uma relação de gosto e sensações, depois se investiga o vocabulário, a experiência e o uso. Então, parte-se para objetificação das relações sociais, valores e ideias que cercam o universo da bebida e da comida. Nesse ponto, já começa a ficar claro o roteiro social do consumo de vinho e os marcadores de status. A partir de então, um aprofundamento sobre questões políticas da

produção e do consumo fará emergir ideologias e regimes intrínsecos, processos de engajamento e reprodução da hegemonia de gosto. Ganha ênfase nessa perspectiva a negociação e a contestação dessa hegemonia, visto que o consumidor não é um ator passivo nesse processo.

Ainda na discussão política no campo do vinho, há uma distinção entre os doces e frutados, menos valorizados e mais direcionado às mulheres, e os encorpados e secos, mais reconhecidos e posicionados para os homens. O que Vannini (2009) descortina é a presença da diferença não só na produção, como também nos rituais e roteiros estabelecidos para o seu consumo. A linhagem de gênero é real no mundo social da produção e do consumo de vinhos. “Objetos materiais são conhecidos por desempenhar um papel importante na reprodução de diferentes poderes em uma variedade de contextos”, eles são embebidos em ideologia (VANNINI, 2009, p. 20, tradução nossa). Daí, conclui-se que os bens são políticos e funcionam para o estabelecimento, negociação e contestação do poder.

Nas abordagens críticas da cultura material como a mencionada acima, há uma linha de estudos de gênero (GILCHRIST, 1997; SCANLON, 2000). A literatura feminista tem evidenciado a hierarquia de gênero e os valores dominantes no mundo material. As críticas incluem a modelação da identidade e da subjetividade da mulher através de bens que reforçam a existência de uma superioridade masculina. No entanto, os estudos devem considerar que gênero é uma distinção criada socialmente, enquanto ideologia de gênero é a classificação social dos papéis e relações do homem e da mulher. Em uma estrutura social maior, ele é um dos aspectos da construção da identidade e não pode ser isolado das outras variáveis sociais (GILCHRIST, 1997).

Dessa forma, para além da adoção de uma abordagem da cultura material, o presente estudo adota a perspectiva crítica desse campo. A cultura material é tida como política, mas essa se manifesta nos bens de maneiras diversas e complexas. As ações e mudanças são determinadas ou relacionadas às representações sociais e, portanto, é preciso aprofundar um pouco mais na questão da representação.

2.1.2 A questão da representação

Um conceito essencial nos estudos culturais é o da representação. Adotaremos aqui a perspectiva de Hall (2016) por trazer um olhar mais ativo compreendendo a representação dentro do processo de construção social. Ela é pensada como um ato criativo de pessoas em um mundo real. O estudo crítico do autor propõe uma análise não só dos valores contidos, mas também aqueles

para além da imagem. Antes de entrarmos na questão da representação, precisamos falar sobre cultura.

Já vimos que a cultura é uma teia de significados (GEERTZ, 1989) indissociável do mundo material (MILLER, 2011), que os objetos são essenciais para compreendê-la uma vez que ela se manifesta através de práticas comunicativas e materiais (MILLER, 2007; MACHADO, 2015b; 2015b). Seu estudo demanda uma abordagem que valorize a especificidade (MILLER, 2007; VANNINI, 2009) e que compreenda os objetos como meio para se comunicar com os outros (BARBOSA; CAMPBELL, 2013; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013). E o que ela significa para o estudo da representação?

Seguindo a tradição antropológica, cultura se refere ao modo de vida de um grupo, as características ou valores por eles compartilhados. Hall (2016) enfatiza que ela não é um conjunto de objetos, mas de práticas, de produção e troca de sentidos. Dessa forma, pertencer à mesma cultura significa compartilhar significados e interpretações de mundo, compreender os indivíduos que compõem o grupo por dar sentido e interpretar a vida cotidiana de forma semelhante. Esses “significados culturais não estão somente na nossa cabeça — eles organizam e regulam práticas sociais, influenciam nossa conduta e conseqüentemente geram efeitos reais e práticos” (HALL, 2016, p.20). A cultura é como um mapa que guia os indivíduos, é uma representação abstrata que segue uma lógica decifrada pelos atores que compõem determinado grupo (RODRIGUES, 1975).

O significado é produzido e trocado, ou damos sentido às coisas, através da linguagem. Ela é o meio pelo qual os objetos são decifrados (VANNINI, 2009). Isso só é possível se ela for compreendida pelo leitor, ou seja, os significados só podem ser compartilhados se a linguagem também o for. Para uma pessoa que não está inserida no universo minimalista, expressões como *no poo* e *low poo* têm outro ou nenhum sentido. Dessa forma, a linguagem tem papel central na compreensão dos sentidos e da cultura por valores e significados culturais.

A linguagem é, então, um meio para representar para outros indivíduos ideias, conceitos e sentimentos. Ela é um sistema representacional e essencial para a produção de significados. Mas a linguagem não é a única maneira de produzir sentidos, a maneira que utilizamos os objetos, seu papel no cotidiano e as narrativas construídas em torno deles também determinam valores e significados (HALL, 2016). Os bens são símbolos que representam os conceitos, ideias e sentimentos. Assim como Vannini (2009), Hall (2016) enfatiza a importância das práticas cotidianas para a representação e a decodificação dos sentidos carregados pelos objetos materiais.

Trazendo para a beleza minimalista, o vinagre e seu uso para lavagem do cabelo representa uma ideia para essa cultura.

A representação nos estudos culturais pode ser abordada de duas maneiras, através da semiótica ou do discurso. A primeira é focada na produção de sentido pela linguagem e pela própria representação. A segunda tem mais interesse na política da representação, ou seja, seus efeitos e consequências dentro de um contexto histórico. A discussão da implicação política nos estudos de cultura material é retomada aqui uma vez que representação é produção social e essa está relacionada a questões sociais e de poder.

Miller (2007), Vannini (2009), Machado (2015a; 2015b) e Barbosa e Campbell (2013) também apontam a necessidade de o estudo da cultura material compreender o contexto na qual os objetos estão inseridos. As especificidades culturais e históricas são essenciais na determinação de valores, sentimentos e ideias. Eles são produzidos de maneira diferente de acordo com cada período, que demanda um relativismo para a compreensão do universo conceitual de cada cultura. Dessa forma, adotamos uma abordagem discursiva que reflete sobre a linguagem e seus significados em um dado momento histórico e

examina não apenas como a linguagem e a representação produzem sentido, mas como o conhecimento elaborado por determinado discurso se relaciona com o poder, regula condutas, inventa ou constrói identidades e subjetividades e define o modo pelo qual certos objetos são representados, concebidos, experimentados e analisados (HALL, 2016, p. 27).

Utilizar essa abordagem inclui pensar o significado como construído na e pela linguagem. Em um sistema de representações mentais nós formamos conceitos que permitem estabelecer conexão com coisas internas ou externas. Através do outro sistema de representações, a linguagem, construímos sentido ao representar e trocar com outros indivíduos (HALL, 2016). Dessa forma, ela é o elo com o mundo exterior e como expressamos as representações mentais. A relação entre os conceitos da nossa mente, ou nosso mapa conceitual, com os conceitos compartilhados, ou mapa conceitual compartilhado, é chamada de sistema de significados da cultura. Em última instância, a cultura é a linguagem e a visão de mundo compartilhada.

A vida psíquica e a vida coletiva são feitas, então, de representação. E os sistemas de representação buscam classificar, codificar e transformar as dimensões sensíveis do mundo em inteligíveis. A partir dos códigos, traçam limites ao comportamento e demarcam diferenças (RODRIGUES, 1975). Dessa forma, podemos afirmar que a representação é um fenômeno psíquico e não uma realidade objetiva do mundo, ela está na mente dos indivíduos ordenando o

mundo e as relações sociais. Rodrigues (1975) aponta que desde criança absorvemos características de nossa cultura de forma inconsciente. Enquanto indivíduos adultos, é possível que sigamos modelos de comportamento dos quais não conhecemos ou sejamos capazes de descrever. É preciso, portanto, diferenciar nas ações sociais os pontos explícitos ou conscientes e aqueles dissimulados ou inconscientes. Em outras palavras, o inconsciente estabelece um modelo por meio do qual o consciente se manifesta no comportamento.

Olhar para a cultura material a partir da perspectiva da representação significa compreender o sentido como construído pelo sistema de representação, ou seja, pela construção de significado e não no objeto em si. Os sistemas de representação são usados para construir sentido através das coisas de forma pública e social. Dessa maneira, uma abordagem do discurso compreende a linguagem e a prática social dentro de um contexto histórico determinado e imerso em questões políticas. E ainda descortina as lentes usadas por determinada cultura para enxergar o mundo e projetar sentido de maneira inconsciente.

2.1.3 Comunidade

Um importante conceito para o presente trabalho é o de comunidade. Ele pode se referir à união de um povo, a um ideal de sociedade ou a um modelo conservador e antagônico ao progresso. Sawaia (1996) aponta que essas diferentes perspectivas, que emergem nas reflexões acerca do homem e da sociedade dependendo do contexto, evidenciam o caráter político do conceito. Um bom exemplo é o surgimento de movimentos anticomunitários em nome do progresso durante as revoluções francesa e industrial. Em contrapartida, surgiram também movimentos de recuperação da comunidade como um ideal de sociedade frente à modernização. Sendo esse um conceito chave e com diversas possibilidades de interpretação, faz-se necessário um aprofundamento em suas múltiplas significações e a explicitação da perspectiva aqui adotada.

Na psicologia, o conceito de comunidade apareceu pela primeira vez nos anos 1970 com a chamada psicologia comunitária (SAWAIA, 1996). O compromisso era com as comunidades enquanto objeto de estudo, sobretudo os grupos excluídos socialmente. Essa emergência dos estudos comunitários foi resultado de um cenário maior que criticava o papel social das ciências na década de 1960 e culminou com o desenvolvimento do conceito nos anos seguintes nas ciências humanas e sociais. O que a princípio era uma forma de mudar o mundo através dos estudos do ponto de vista do “vivido”, hoje, em um mundo globalizado, virou uma utopia. A comunidade

remete à nostalgia, ao lamento dos tempos passados nos quais imperava o coletivismo oposto ao individualismo e à solidão contemporânea.

Na filosofia, Hegel definiu o Estado como uma *Communitas communitatum* em oposição à ideia iluminista de indivíduos agregados. Cada associação formadora da sociedade, são exemplos delas a família e a comunidade local, afirma o indivíduo (SAWAIA, 1996). Na sociologia, Tönnies (1957) trouxe importantes contribuições para o conceito. O sociólogo alemão fez uma oposição entre comunidade, *Gemeinschaft*, e sociedade, *Gesellschaft*. A primeira é como um organismo vivo dado de forma natural, comum a pequenas aldeias, se expressa pelas relações naturais entre indivíduos que se conhecem como na família, nos grupos e nas congregações. Seus três eixos são o sangue (parentesco), o lugar (vizinhança) e o espírito (amizade). Já a sociedade é arbitrária, com vínculos contratuais e não comunitários. Nela os indivíduos estão divididos e seus eixos são o mercado, a troca e o dinheiro.

Fazendo referência à classificação de Tönnies, Weber (1999) distinguiu dois tipos de relação social, a comunalização e a sociação. Próxima ao conceito de *Gemeinschaft*, comunalização está ligada ao sentimento de pertencimento e aos vínculos emocionais ou tradicionais. A sociação, por sua vez, surge com o processo de racionalização, ou seja, vínculos motivados racionalmente pelo valor ou finalidade e não afetivos. Simmel, outro sociólogo a abordar o tema, observou o crescimento da objetificação e impessoalidade das relações fazendo emergir as chamadas sociedades secretas (SAWAIA, 1996). Nesses espaços, os indivíduos ganham o sentimento de pertencimento e valores comunitários, mas eles podem gerar mais separação do que associação.

Bauman (2003) concebe a comunidade como um ambiente homogêneo no qual o entendimento é compartilhado pelos membros em um “círculo aconchegante” que não pode ser artificialmente construído. Suas fronteiras são aparentes, é um grupo autossuficiente e não há espaço para críticas e experimentações. No entanto, o mundo conectado fez crescer exponencialmente as trocas com o ambiente externo, dissolvendo as fronteiras que definem a comunidade. A partir desse momento, ela é substituída pela identidade, a vontade de ser singular, que acaba na divisão dos indivíduos. Para o sociólogo, a globalização causa a desagregação e o isolamento das pessoas. A comunidade seria, então, um espaço de segurança, proteção e certeza.

Em um contexto digital, as relações e fronteiras tradicionais ganham novos contornos assim como a integração e a autonomia. A comunidade permite o desenvolvimento das potencialidades dos membros e não confronta a individualidade. Sawaia (1996) rompe com o antagonismo entre

coletividade e individualidade e propõe o espaço comunitário como um lugar no qual as pessoas se comunicam livremente participando e dando um novo sentido à vida social de forma coletiva, sem impor uma ditadura das necessidades. A autora reforça a possibilidade de prazer individual e bem-estar coletivo coexistirem graças ao consenso democrático. A comunidade é uma dimensão da cidadania:

ela é a capacidade de defender suas próprias necessidades respeitando a dos outros, isto é, habilidade de, através da linguagem, lidar com a realidade do desejo próprio e do outro, construindo um nós. Portanto, é exercício de sensação e reflexão, para que o sujeito sintase legitimado, enquanto membro do processo dialógico-democrático. Os valores comunitários devem ser interiorizados como projeto individual para se transformar em ação (SAWAIA, 1996, p. 48-49).

Para além da superação do antagonismo à individualidade e da visão nostálgica de comunidade, é preciso rever o estabelecimento de fronteiras físicas para o grupo. Estudos até 1970 consideravam as relações comunitárias restritas às localidades, utilizando o conceito de comunidade como sinônimo de vizinhança (GRUZD; WELLMAN; TAKHTEYEV, 2011). A partir desse período, com o crescimento das relações a longa distância, estudiosos voltaram suas atenções para os laços não presenciais entre amigos e parentes. Benedict Anderson (2008 [1983]) criou o conceito de comunidades imaginadas para abordar o fenômeno do nacionalismo quando estava lidando com sociedades em desenvolvimento como a Indonésia, que tentava construir uma nova identidade social, uma comunidade comum, a partir de diversas ilhas e etnias. O autor inicia o livro trazendo uma definição de nação como uma comunidade política imaginada com valor simbólico para seus membros. Embora o autor trate da preocupação do Estado com as ameaças comunistas, sua definição transcende os limites da discussão inicial.

Anderson apontou que uma comunidade não podia se basear em interações face a face e no conhecimento mútuo dos membros uma vez que isso limitaria muito o tamanho do grupo e não é o mais relevante. A comunidade é “imaginada porque mesmo que os membros da mais minúscula das nações jamais conhecerão, encontrarão, ou sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, embora todos tenham em mente a imagem viva da comunhão entre eles” (ANDERSON, 2008 [1983], p.32). Então, o que distingue é a imagem de um coletivo do qual se faça parte, ou seja, os integrantes têm que ter uma imagem mental de identificação, de um “nós”. Nesse sentido, elas se diferenciam não em termos de autenticidade/falsidade, mas no estilo em que são imaginadas. O sentimento de pertença, a percepção dos membros de que fazem parte do mesmo grupo, e a coerência caracterizam a comunidade. Em outras palavras, comunidade é uma rede de

indivíduos interligados que interagem uns com os outros produzindo sentimento emocional nessa comunicação compartilhada.

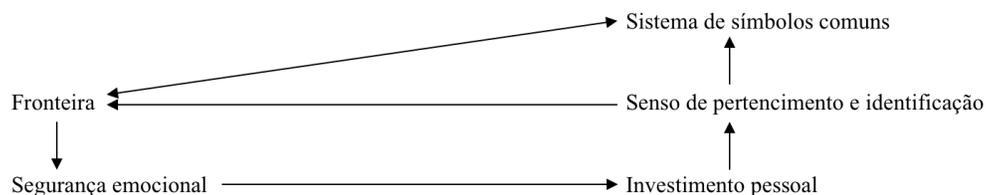
Em um contexto de internet, no qual as pessoas usam as plataformas digitais para interagir com outras sem o encontro presencial, é preciso buscar adotar conceitos que contemplem as novas formas de comunicação como o de comunidades imaginadas. Kavoura (2014) estabeleceu um paralelo entre o conceito de Benedict Anderson e as mídias sociais. A autora associou o uso de símbolos especiais utilizados no mundo digital como uma característica que remeta a uma comunidade imaginada, nesse ambiente os indivíduos compartilham de características específicas, há companheirismo entre os membros e esses compartilham de um interesse ou ideia comum. Dessa forma, Kavoura (2014) aponta que as mídias sociais podem criar uma comunidade imaginada ultrapassando os limites físicos.

Gruzd, Wellman e Takhteyev (2011) utilizaram o conceito de Anderson para pesquisar a formação de comunidades no Twitter, uma mídia social que não possui espaços dedicados a criação de grupos como o Facebook. Os autores observaram os usos dos novos meios de comunicação e da tecnologia para a construção de novas conexões sociais e manutenção daquelas já existentes. A plataforma pode ser entendida como uma comunidade uma vez que seus usuários compreendem as normas, a linguagem, as técnicas e a estrutura. Mas também porque seus membros imaginam que estão falando e seguindo pessoas únicas e identificáveis. Os autores propõem a utilização de mais dois conceitos-chave para pensar as comunidades online baseadas na sociabilidade e não no local físico, o de *virtual settlement* (JONES, 1997) e o de *sense of community* (MCMILLAN; CHAVIS, 1986).

O primeiro conceito surge com a combinação da comunicação mediada pelo computador com a ciberarqueologia. Jones (1997) aponta a necessidade de um “assentamento virtual”, na tradução literal, para a construção de uma comunidade no mundo digital. Para tanto, são necessárias quatro condições: interatividade, a presença de mais de dois comunicadores, o espaço comum no qual os membros podem se reunir e interagir uns com os outros e a continuação do pertencimento ao grupo ao longo do tempo. Essas premissas podem ser observadas a partir dos artefatos produzidos pela comunidade. No Twitter, por exemplo, esses elementos são encontrados nas publicações e nas conexões estabelecidas a partir de quem se segue (GRUZD; WELLMAN; TAKHTEYEV, 2011).

Por outro lado, o conceito de senso de comunidade de McMillan e Chavis (1986) observa questões sociais e psicológicas que caracterizam a conexão de indivíduos em uma comunidade. Os autores se preocupavam mais com a questão da relação do que com a localidade e desenvolveram quatro elementos essenciais nas comunidades (Tabela 1). O primeiro é o pertencimento ou *membership*. Assim como Anderson (2008 [1983]), eles chamam a atenção para o sentimento de pertença e do compartilhamento do senso de comunidade. Para criar esse sentimento o grupo estabelece fronteiras, segurança emocional por meio da proteção da intimidade, a identificação através da aceitação, estímulo à contribuição dos membros e um sistema de símbolos comuns. Em síntese, o *membership* é criado a partir do senso de quem é e quem não é parte da comunidade. Outro elemento é a influência que um grupo tem sob os indivíduos e dos próprios membros sob o grupo, que os autores chamam de coesão. A integração e a satisfação das necessidades também são fatores importantes para uma comunidade, uma vez que a permanência depende do reforço motivador e da gratificação de participar. Por último, McMillan e Chavis (1986) evidenciam o compartilhamento de conexão emocional através de um histórico como fator importante para a comunidade. Mais do que ter participado da história do grupo, eles devem se identificar com ela para que a comunidade seja forte. São responsáveis pela conexão emocional a aproximação por meio do contato constante, as experiências positivas para laços fortes, a resolução ou fechamento de questões, o reforço dos laços na resolução de conflitos, o investimento para a história e status atual da comunidade, premiação ou sanção às contribuições para atrair ou repelir membros e a conexão espiritual com as experiências da comunidade como, por exemplo, o espírito negro por trás da música, da comida, da língua ou do discurso.

I. Influência



II. Influência

- A. Abertura do membro a influência por membros das comunidade \longleftrightarrow poder do membro de influenciar a comunidade.
- B. Necessidade do membro por validação consensual \times necessidade da comunidade por conformidade = poder da comunidade de influenciar membros (normas da comunidade).

III. Necessidade de integração e satisfação

- A. Nas comunidades que facilitam com sucesso o encaixe pessoa-ambiente (atendendo necessidade) dos membros, eles poderão desenvolver o senso de comunidade.

IV. Compartilhamento de conexão emocional

- A. Fórmula 1: Conexão emocional compartilhada = contato + interação de alta qualidade.
- B. Fórmula 2: Interação de alta qualidade = (eventos com sucesso em fechamentos – ambiguidade) \times (valência do evento \times compartilhamento do evento) + quantidade de homenagem dada aos membros – quantidade de humilhação.
-

Diagrama 1: Elementos do senso de comunidade e suas relações hipotéticas

Fonte: McMillan e Chavis (1986, p. 15)

Uma vez que a presente investigação será feita com uma comunidade com forte presença virtual, a adoção de um conceito amplo se faz necessário. Não podemos restringi-la à conexão estabelecida a partir de um território e, portanto, adotamos o conceito de comunidades imaginadas de Benedict Anderson (2008 [1983]). Compreender as trocas no grupo como uma comunicação mediada que gera artefatos possíveis de serem analisados também é importante e nos leva ao conceito de assentamento virtual de Jones (1997). De McMillan e Chavis (1986) tomaremos as questões sociais e psicológicas presentes na comunidade estudada. Por fim, a comunidade como uma dimensão da cidadania para além da dicotomia individualidade/coletividade de Sawaia (1996) nos auxilia a pensar especialmente no grupo Vivo Naturalmente enquanto uma comunidade de consumo consciente de cosméticos.

2.2 CORPO

Para compreender a teia de significados e as trocas sociais é necessário considerar o corpo como um aspecto fundamental da cultura (SILVA; COVALESKI, 2016). Os hábitos e consumo

ligados à beleza são construídos socialmente e profundamente marcados pelo contexto. A sensorialidade e os processos corporais também são fenômenos sociais e reveladores de uma cultura, uma vez que estão envolvidos por crenças, valores e expectativas. É através das relações que são atribuídos sentidos ao corpo e suas partes (RODRIGUES, 1979; 2014). Strozenberg aponta que “os modos de pensar, sistemas de crenças e de valores são sempre realizações de escolhas humanas possíveis, cuja lógica deve ser buscada no interior do próprio sistema simbólico que constitui o universo de linguagem e comunicação dos grupos humanos” (2003, p. 18).

Superando os estudos que concebem o corpo como puramente biológico, autores como Turner (1994), Douglas (1970) e Mauss (2003) apontaram questões socioculturais e históricas do fenômeno. A partir do entendimento de uma essência simbólica e dos debates antropológicos entre natureza e cultura, o corpo tornou-se objeto da investigação social (TURNER, 1994). Douglas (1970) foi uma das primeiras autoras a discutir os significados simbólicos do corpo. Fazendo uma metáfora com o texto, ele pode ser lido como um símbolo do mundo social, ou seja, há um vocabulário comum que regula os significados sociais inscritos no corpo. Para Mauss (2003), o corpo é moldado pela cultura que determina o que o autor chama de “técnicas do corpo”. Através dessas técnicas, o indivíduo é capaz de conhecer a cultura e socializar.

Antes de prosseguirmos com a discussão, é preciso sinalizar uma armadilha linguística quando se trata do corpo. Atualmente, muito se fala que o homem “tem” um corpo, dando o sentido de propriedade privada. É evidente que essa concepção está atrelada a uma visão capitalista e traz com ela pressupostos delicados. De um outro lado, temos o homem como um corpo que também implica concepções frágeis. Há ainda o “uso” do corpo, especialmente em Mauss (2003). Da mesma forma, a ideia do corpo como ferramenta suscita discussões. Claramente a maneira pela qual fazemos referência ao corpo exprime nossa cosmovisão e pode ser um tanto quanto problemática. Portanto, é preciso trazer a reflexão da dificuldade de se referir a ele sem incorporar os inconvenientes de cada concepção.

De maneira semelhante, há um debate sobre a concepção puramente individual do corpo que a tradição ocidental carrega. A ligação aparentemente absoluta e universal de corpo e identidade não é válida para todas as culturas e precisa ser pontuada. Em Fiji, por exemplo, o corpo é muito mais um reflexo da comunidade do que de si e seu cuidado é de responsabilidade de todos (BECKER, 1994). O prestígio social do corpo, enquanto coletivo, é visto por aqueles que te cercam

e não pelo seu próprio. As noções de identidade e coletividade são postas em questão em uma cultura na qual o corpo é propriedade comunitária e não o fundamental do eu.

Partimos do pressuposto de que as ideias, em especial as que envolvem o corpo, não são puramente individuais. Questões históricas e sociais moldam nossos sentidos que são transformados de acordo com as configurações da época e, portanto, devem ser consideradas em um estudo sobre cultura e comportamento. Se existe hoje um padrão de beleza ligado a mulheres magras e sensuais e homens atléticos e viris (SILVA; COVALESKI, 2016), é preciso lembrar que nem sempre foi assim. Rodrigues (2014) aponta mudanças filosóficas e existenciais que influenciaram os valores e associações simbólicas do corpo como veremos posteriormente.

Adotar uma perspectiva antropológica sobre o tema inclui considerar a cultura como um aspecto particular das sociedades humanas. Em oposição ao natural, fazem parte da cultura a tradição social, os comportamentos apreendidos, as normas, hábitos, costumes e tudo o que compõe as regras de determinada sociedade. Ela é como um mapa que guia as práticas cotidianas representando o território a ser decifrado segundo uma determinada lógica. Esses sistemas de representação classificam, codificam e transformam o mundo estabelecendo fronteiras para as condutas, o que inclui aquelas relativas ao corpo e à beleza.

É preciso, portanto, conceber o corpo dentro de uma lógica comunicacional. Através dele enviamos e recebemos mensagens e nos comunicamos com os outros indivíduos. Expressamos sentimentos, crenças e valores que são particulares à estrutura social. Enquanto uma mulher americana consegue identificar o estado civil de casada de outra que usa um anel no terceiro dedo da mão esquerda, ela dificilmente identificaria uma indiana com o sári branco como viúva (REISCHER; KOO, 2004). Nesse sentido, os usos do corpo demarcam características particulares da cultura na qual está inserido. As classificações, codificações e transformações do sistema de representação funcionam como uma linguagem, que serve para pensar a dinâmica social assim como os bens. Dessa forma, ele se configura também como uma importante peça para o cientista social acessar os fundamentos da sociedade a qual investiga. No entanto, é preciso destacar que, em uma mesma sociedade, os valores e crenças mudam com o passar do tempo.

A contradição entre natureza e cultura está presente no corpo uma vez que ele representa ambas. Ele contém algo de animal, que deve ser repellido por ser considerado impuro e indesejado, e algo de cultural, que é almejado e representa simbolicamente o que a sociedade espera. Ainda

que processos corporais pareçam somente biológicos, há uma força social que determina a forma como eles são expressos:

a relação dos homens com suas necessidades naturais não é simplesmente uma relação com a natureza: sofre mediação de uma cultura que imprime nela as suas próprias concepções. Não se pode compreender a natureza do homem apenas em termos de natureza, pois na mesma matéria coexistem um corpo biológico e um corpo social. A experiência do corpo é sempre modificada pela experiência da cultura. O que chamamos de necessidades naturais só nos é acessível após ser traduzido e retraduzido por todo um conjunto de normas e valores que constituem a lente sem a qual somos todos servos insensíveis. Portanto, a percepção do corpo é função da organização da sociedade e do modo de relação do corpo com as coisas — as práticas corporais são atualizações de representações mentais. E, consciente ou inconscientemente, expressa essas práticas e essas representações, desencadeando um processo de redundâncias que as fazem sempre vivas e mais reais (RODRIGUES, 1979, p. 125).

Dessa forma, o corpo é um dos componentes do fato social a serem investigados. É preciso considerar seu valor simbólico e de todos os rituais que o envolvem. Descortinando as práticas aparentemente naturais para revelar o corpo enquanto social e as lentes que moldam nossa sensibilidade. Até os aspectos que aparentam ser puramente biológicos, como a visão e o olfato, têm influência da cultura. Enquanto em uma sociedade o cheiro vai ser determinante para marcação de tempo, em outras o visual é predominante.

É importante não conceber os sentidos como somente biológicos e assumir uma universalidade. Os valores e crenças são particulares de cada sociedade e o mesmo funciona para a sensibilidade humana. As culturas tendem a exaltar ou inibir sentidos de acordo com a importância social, elas se apropriam da natureza do ser humano para codificar o mundo e os sentidos a partir de seus valores e normas (RODRIGUES, 2014). Na sociedade contemporânea ocidental, os signos olfativos são de enorme importância para reprodução de determinadas crenças. Beleza, status e higiene podem ser facilmente associados a determinados perfumes e refletem essa modificação da experiência do corpo pela cultura. Na Idade Média, no entanto, o odor que hoje é associado à falta de higiene não era percebido da mesma maneira.

A visão desempenha hoje um papel fundamental na apropriação do mundo e, enquanto peculiaridade da nossa cultura, ela determina a forma como lemos e nos relacionamos uns com os outros, replicando crenças e valores sociais. Nesse sentido, devemos considerar esse aspecto cultural fundamental no estudo da beleza. Nas comunidades de beleza minimalista o belo está ligado somente a questão visual? Há algo de olfativo? De tátil? Quais são os signos visuais ou olfativos valorizados por essa cultura? Eles são iguais, diferentes ou parecidos com a cultura *fast*

beauty? São algumas das perguntas que podem ser levantadas quando concebemos o corpo sob a influência do social.

Percebe-se que um mesmo estímulo pode trazer percepções totalmente diferentes a depender da forma como as informações e os milhares de dados recebidos através dele são processados. Rodrigues (2014) aponta a possibilidade de surgimento de um universo completamente novo e dessemelhante de culturas diferentes e da própria concepção orgânica da sensibilidade. É claro que os aspectos naturais dos sentidos devem ser levados em consideração, contudo, a modificação cultural deles é capaz de revelar muito sobre a estrutura social, suas normas, valores e crenças.

Rodrigues (1979) chama atenção para a construção inconsciente do mundo a partir do mapa graças ao processo de socialização. Os indivíduos pertencentes a uma cultura são capazes de ler e viver de acordo com o que foi convencionado neste guia. No entanto, nem sempre têm consciência desse processo. Reside aí um desafio para os cientistas sociais, desvendar as categorias de pensamento e as relações introjetadas pela socialização. Será que os rituais de beleza minimalista não estão ligados a questões mais profundas do que a sustentabilidade?

A relação do ser humano com o corpo e todos os valores que cercam essa dimensão dos indivíduos está intimamente relacionada à estrutura social (SILVA; COVALESKI, 2016). A educação que recebemos desde criança está baseada no sistema de representações da cultura, ou seja, as regras e valores, e tem papel essencial na manutenção da vida coletiva e na inclusão do indivíduo na sociedade. Através do pensamento semelhante que guia a vida coletiva e individual, constrói-se uma sociedade homogênea. Se todas as mulheres aprenderam na infância a usar xampu e condicionador nos cabelos para ficar bonita, aquelas que não cumprirem com o comportamento esperado serão penalizadas. Não por acaso, matérias nos jornais associam a falta de uso de xampu a problemas capilares como excesso de oleosidade e caspa.

A educação nos faz absorver os aspectos de nossa cultura de forma inconsciente. Atribuímos sentido às coisas e ao mundo através desse mapa que nos é ensinado de forma tão implícita que características particulares da cultura como os hábitos de higiene nos parecem naturais e universais. Ainda que não tenhamos fácil acesso a essa dimensão do pensamento e sejamos capazes de descrevê-la, os significados estão implícitos no comportamento e podem ser desvendados pelo cientista social. Se em uma lógica do *fast beauty* mulheres realizam

procedimentos cirúrgicos e consomem inúmeros cosméticos para parecerem mais jovens, há valores sociais e regras escondidos para além da ideia de juventude.

Um importante aspecto da socialização através da educação é a adoção desses comportamentos de forma tão natural que os mesmos passam a ser considerados como os “adequados” e justos. Ou seja, os indivíduos seguem as regras porque seguir está de acordo com o seu mapa, sua sensibilidade, e não porque têm medo de serem penalizados. Nesse sentido, é preciso adotar o guia da vida social para se fazer parte da sociedade. Se estabelecermos um paralelo com o uso do shampoo, observamos que as pessoas usam porque acreditam que ele é necessário para controlar a oleosidade e remover a sujeira e não por medo de serem consideradas sujas.

Ainda que certas práticas pareçam expressar a natureza humana, Elias (1994b) aponta que na verdade houve uma “civilização dos costumes” e a infância têm um importante papel nesse processo. O autor vai buscar na história, ou na “curva da civilização”, o sentido para fenômenos que inicialmente não têm significados, mas, quando observados ao longo do tempo, evidenciam sua lógica. “Nestas e em outras atividades elementares, muda lentamente a maneira como o indivíduo comporta-se e sente. Esta mudança ocorre no rumo de uma "civilização" gradual, mas só a experiência histórica torna mais claro o que esta palavra realmente significa” (ELIAS, 1994b, p. 14).

No que tange ao processo civilizador e à inexistência de práticas exclusivamente naturais, Elias (1994b, p. 15) argumenta:

o que cabe ser frisado aqui é o simples fato de que, mesmo na sociedade civilizada, nenhum ser humano chega civilizado ao mundo e que o processo civilizador individual que ele obrigatoriamente sofre é uma função do processo civilizador social. [...] em nossa sociedade, todo ser humano está exposto desde o primeiro momento da vida à influência e à intervenção modeladora de adultos civilizados, ele deve de fato passar por um processo civilizador para atingir o padrão alcançado por sua sociedade no curso da história, mas não através das fases históricas individuais do processo civilizador social.

Para compreender melhor o processo introduzido pelo autor, é preciso voltar ao conceito de civilização de Elias e estabelecer um paralelo com a cultura. Embora a palavra remeta a uma infinidade de fatos, tais como costumes, conhecimentos científicos, tecnologia etc, o autor vai buscar o sentido que essas atividades humanas têm para estabelecer o conceito. Ele expressa, então, “a consciência que o Ocidente tem de si mesmo [...] com essa palavra, a sociedade ocidental procura descrever o que lhe constitui o caráter especial e aquilo de que se orgulha: o nível de *sua* tecnologia, a natureza de *suas* maneiras, o desenvolvimento de *sua* cultura científica ou visão do

mundo, e muito mais” (ELIAS, 1994b, p. 23, grifo do autor). O processo civilizador é dinâmico e faz com que comportamentos e sentimentos sejam vistos como naturais, os indivíduos seguem as regras e adotam as práticas definidas como civilizadas. Contudo, o autor indica como a conjuntura social histórica e cultural forma esses hábitos. Os comportamentos analisados por Elias, hábito de escarrar, conduta à mesa, etc, estão relacionados à nova sensibilidade, medo, vergonha, repugnância, antipatia, etc.

Dessa forma, o processo civilizador enquanto modelagem de comportamentos, costumes, etc, é intrínseco à cultura. Costa (2008) e Goudsblom (2001) também adotaram uma aproximação entre os conceitos de civilização de Elias e cultura. A partir de seu entendimento, é possível compreender os processos culturais e o papel da infância nas práticas aparentemente naturais para os adultos. Portanto, o sistema simbólico, as representações, em suma, os valores e crenças, apreendidos pelas crianças influenciam nas experiências e significados dos indivíduos na fase adulta. Entretanto, o autor estabelece uma relação entre indivíduo e sociedade que não vê o primeiro como um receptor passivo de crenças e valores, e, então, reconhece a existência de diferenças. Eles não são um “meio” para atingir o “fim”. Assumir essa posição conceitual traz ganhos significativos para o papel da infância no processo de civilização, como a perda de seu caráter determinista.

A discussão entre os conceitos de indivíduo e sociedade veio 50 anos após o livro *O Processo Civilizador: uma história dos costumes*. Na obra intitulada *A Sociedade dos Indivíduos*, Elias (1994a) reconhece que o tema aparece em suas obras anteriores, em especial no que tange aos processos sociais. A proposta, então, é refletir sobre como indivíduos podem ser diferentes em uma lógica do processo civilizador e como estes compõem uma sociedade. Primeiramente, é preciso considerar a importância da dinâmica social e da relação entre os indivíduos em suas constituições. A sociedade seria uma rede de interdependências e a singularidade entre seus membros é garantida através de um universo de valores, funções e papéis que podem ser escolhidos. Dessa maneira, os indivíduos são compostos tanto pelo processo civilizador marcado historicamente, social e culturalmente, como pelos caminhos traçados de forma individual:

É que, a rigor, o modo como uma pessoa decide e age desenvolve-se nas relações com outras pessoas, numa modificação de sua natureza pela sociedade. Mas o que assim o molda não é algo simplesmente passivo, não é uma moeda sem vida, cunhada como milhares de moedas idênticas, e sim o centro ativo do indivíduo, a direção pessoal de seus instintos e de sua vontade, numa palavra, seu verdadeiro eu. O que é moldado pela sociedade também molda, por sua vez: é a auto-regulação do indivíduo em relação aos outros que estabelece limites à auto-regulação destes. Dito em poucas palavras, o indivíduo é, ao mesmo tempo, moeda e matriz (ELIAS, 1994a, p. 52).

Outro autor a trabalhar com o tema da infância foi Philippe Ariès. Em *História Social da Criança e da Família* o autor traça o surgimento de um “sentimento de infância” a partir de mudanças históricas, sociais e políticas. Para Ariès (1981), é através da comparação com comportamentos do passado que podemos superar a imagem ingênua e compreender, a partir das modificações, as mentalidades atuais. Para tanto, ele busca na Idade Média o contraponto à concepção moderna de infância, escola e família. Enquanto Elias (1994b) fala do processo civilizador que leva a uma transformação no comportamento do ser humano, Ariès (1981) vai observar a emergência de um processo de escolarização, ou seja, a passagem da educação pela aprendizagem para a escola com foco na infância. Fatores como a reconfiguração da vida privada e o sentimento de família contribuíram para essa nova concepção.

Na Idade Média as crianças aprendiam através da convivência com os adultos e essa não estava atrelada à família. A socialização também se dava com amigos, vizinhos, amos e criados e eles eram a fonte de transmissão de valores e saberes, “lhes comunicam o *savoir-faire* e o *savoir-vivre*” (ARIÈS, 1981, p. 16). A rua era a extensão da vida privada e nela tudo se passava, relações sociais, familiares e de trabalho. Possivelmente essa esfera da vida acontecia mais exteriormente do que dentro de casa. Mas o desejo de separação levou as pessoas para dentro, longe das relações com vizinhos e amigos. Isso também refletiu na questão da intimidade e nas relações com o nosso corpo e com o do outro. Embora outros autores falem de uma ascensão do individualismo, Ariès aponta para um triunfo da família sobre o mesmo. Ela teria tomado o lugar da sociabilidade, uma vez que o autor acredita no antagonismo desses sentimentos.

Nesse novo cenário, a família assumiu um papel importante na educação da criança e na transmissão de valores. A preocupação com os estudos trouxe a separação das crianças em espaços específicos para a aprendizagem, as escolas. No processo chamado de escolarização, os conhecimentos não são retidos na prática diária com os adultos, mas em espaços de disciplina reservados e na divisão dos pequenos por idade. É importante ressaltar que, inicialmente, isso se restringia aos meninos. Somente após dois séculos de “aprendizagem doméstica”, por meio da qual elas aprendiam com as mães a se comportar desde cedo como adultas, as meninas entrariam nesse universo (ARIÈS, 1981).

Para o presente trabalho, foi fundamental recuperar essa bibliografia sobre o processo de socialização/civilização porque ele desempenha um papel importante na transmissão de valores, crenças e expectativas que configuram as práticas cotidianas. Foi importante, também, para

desmistificar a naturalidade dos comportamentos humanos, em especial aqueles relacionados ao corpo. No que concerne à beleza, Peiss (2011) afirma que os segredos são compartilhados pelas gerações em rituais íntimos e relações sociais. As filhas aprendem a se maquiar com a mãe e amigas trocam receitas de cosméticos, revelando uma história de ambição, prazer e comunidade desse universo feminino. Observamos aqui a relevância da propagação de valores para o tema da cultura da beleza. Conforme Elias (1994a), Ariès (1981) e Rodrigues (2014) apontam, contrapor os costumes atuais com a história pode revelar questões importantes sobre a sensibilidade atual. Dessa maneira, traçaremos a seguir uma breve reflexão sobre as transformações do corpo da Idade Média para o atual.

2.2.1 Sensibilidade contemporânea

Rodrigues (2014) inicia a jornada da descoberta da subjetividade contemporânea a partir da Idade Média. O objetivo não é buscar a origem, mas compreender o corpo de hoje a partir das transformações que ocorreram da sensibilidade medieval à capitalista/industrial. Conforme abordado anteriormente e discutido por autores como Ariès e Elias, a transição da Idade Média para a Moderna foi um período de grandes modificações, que possivelmente culminou na sensorialidade corporal atual. Outro fator que embasa a escolha do período é a negação enfática a qualquer semelhança com a cultura medieval, ou mesmo o antagonismo a ela, da sociedade contemporânea. Segundo Rodrigues (2014), tal oposição favorece o contraste e a relativização das concepções atuais. Conforme supracitado, o contexto sociocultural muito influencia em nossas sensibilidades corporais e, em última instância, na ideia de beleza.

A convivência social e a dramatização da vida cotidiana eram aspectos importantes da Idade Média (RODRIGUES, 2014). A oralidade era valorizada e a transmissão do conhecimento se dava de geração para geração. Ariès (1981) aponta o ambiente externo como fundamental para as interações, as festividades eram nas ruas. A intimidade não existia enquanto algo reservado ou escondido, até os banhos eram coletivos. Rodrigues (2014) fala de um corpo medieval público e em movimento: “jamais estava inteiramente encerrado, que estava sempre se desfazendo, refazendo e fazendo outro corpo. O corpo medieval estava sempre absorvendo o mundo, ou sendo absorvido por ele” (RODRIGUES, 2014, p. 85).

O ambiente multicultural com uma cosmovisão teocêntrica concebia o universo como integral: corpo e alma; espírito e matéria eram indissociáveis. Um tempo repleto de crenças e

práticas mágicas cujas finalidades se “baseavam no princípio de analogias e implicações simbólicas e alegóricas” (RODRIGUES, 2014, p. 47). Nesse contexto, o corpo tinha valor, ele continha a espiritualidade e era um “lugar simbólico em que se constituía a própria condição humana” (RODRIGUES, 2014, p. 56). Era voltado para as festividades e público, o discurso moralista de hoje o conceberia como um corpo indecente. Não era o corpo-ferramenta do capitalismo ou o de propriedade privada, estava distante também do corpo-consumidor contemporâneo.

O corpo coletivo de outrora torna-se um corpo individual com a demarcação de fronteiras e se recolhe ao espaço da casa. O universo integral medieval, no qual a vida era eterna, se fragmentou em um corpo mortal que se degrada com o tempo. O individualismo moderno levou o foco das partes baixas do corpo (nádegas, barriga, etc) para aquilo que temos de mais individual, o rosto. A beleza e a atração se dirigiram para a face, o cabelo, os olhos, os lábios. A outra extremidade, hoje, está repleta de pudores e vergonhas.

Tal apreciação só começou a fazer sentido plenamente a partir do ponto de vista do Iluminismo. Faz sentido também em nossas mentes de hoje, uma vez que, motivados pela inspiração iluminista, passamos a imaginar o homem como um ser racional. Em consequência, passamos também a cultuar nele o elevado, a razão, os excelsos valores, as características transcendentais, as ideias, o abstrato, o espiritual, termos que tendem a exprimir simbolicamente a dignificação da cabeça e do rosto, mais do que a exaltação da barriga e do ânus (RODRIGUES, 2014, p. 86).

Se antes as finalidades eram por analogias e implicações simbólicas e alegóricas, agora se baseavam em pressupostos racionais e médicos (RODRIGUES, 2014). A higiene é associada no início do século XIX à saúde e às políticas públicas de limpeza e vigilância. O combate às impurezas se intensifica com a descoberta dos micro-organismos patogênicos de Pasteur. No entanto, Rodrigues (2014, p. 121) aponta uma outra faceta do processo de higienização e desodorização da cidade, “coloca em evidência o indivíduo, a pessoa, acionando um conjunto de crenças, de sentimentos e práticas a que habitualmente damos o nome de asseio ou higiene pessoal”. Não só as ruas e as casas precisam de limpeza, mas também o corpo e poros. Ao longo do tempo esse processo culminou na mudança da sensibilidade e no próprio comportamento dos indivíduos. Os odores do corpo que antes não incomodavam, agora devem ser combatidos com sabonetes, desodorantes, xampus e perfumes. A finalidade médica de higienização parece ter sido incorporada aos anúncios de cosméticos que vendem cada dia xampus mais fortes para limpeza do couro cabeludo.

No que diz respeito aos perfumes, eles foram incorporados no século XVII como instrumentos da nova aparência para esconder os odores que identificavam os humanos como animais (RODRIGUES, 2014). Inicialmente nas vestimentas, foram se espalhando para as axilas e até para as partes íntimas. Os cheiros fortes vinham de vegetais como canela, eucalipto, louro e hortelã, mas a tecnologia naturalista foi substituída por fragrâncias mais discretas e adequadas à sensibilidade atual.

Além da concepção ocidental contemporânea de higiene, outras culturas também realizam procedimentos e têm conceitos distintos de limpeza. Que parte do corpo limpar, os motivos para cortar os cabelos ou inibir odores são diversos. Rodrigues (1979) cita alguns: luto, idade e beleza. A particularidade de nossas práticas é a cientificidade, evocam-se conceitos da física, química, medicina e engenharia para afastar os perigos à saúde. Isso fica evidente na linguagem publicitária dos produtos de higiene, como sabonetes “bactericidas”. Apesar de desconhecermos o seu significado, os consumidores “acreditam como em um mito” (RODRIGUES, 1979, p.115).

Embora as disciplinas que dão base a essas crenças, em especial a medicina, sejam vistas como puramente técnicas, sem conotações rituais, Rodrigues (1979) nos lembra que algumas práticas de higiene vêm de antes da descoberta de Pasteur e as próprias disciplinas que dão base às justificativas estão repletas de ritualizações. Um exemplo dado pelo autor são as roupas brancas usadas pelos médicos. A higienização ganhou com o tempo uma aparelhagem técnica que auxiliou a normatizar e a padronizar as práticas corporais, mas através de mitos somos levados a acreditar que esse processo é puramente instrumental.

Desde criança as pessoas são instruídas a tomar banho e se limpar de uma determinada maneira. Retomando Ariès e Elias, através da educação os indivíduos aprendem aspectos de sua cultura e o internalizam de forma inconsciente. Na limpeza corporal, isso se dá inicialmente com o controle de terceiros, principalmente dos pais, até se transformar em autocontrole e autovigilância. A sensibilidade para isso surgiu no fim século XVIII com a associação da limpeza física à limpeza moral (RODRIGUES, 2014). Podia se confiar, se aproximar e se relacionar com pessoas bem-apessoadas, limpas, penteadas e que cuidam de seus corpos e por isso se rejeita e se desconfia daqueles que não seguem as normas de higienização.

O fato é que não se trata de dizer que as práticas higiênicas, que a sociedade ocidental tem desenvolvido com tanto cuidado, estão completamente desprovidas de fundamentação objetiva e que são puras convenções simbólicas, mas de lembrar que são *também* práticas simbólicas, nem sempre consubstanciadas pelas demonstrações científicas — e que, mesmo quando existe por detrás delas uma fundamentação objetiva constatada ou

constatável pela ciência, esta fundamentação é, ao nível do pensamento e do comportamento das pessoas, que não são cientistas que não estão se comportando nesse momento como cientistas, de ordem mítica e ritual. A cientificidade é, então, um instrumento racionalizador (RODRIGUES, 1979, p. 116, grifo do autor).

Dessa forma, ao usar um xampu para limpeza profunda contra os microrganismos que provocam a caspa, o leigo está se comportando de forma mítica. A ordem do próprio ritual de lavagem, água, xampu, água, condicionador e água novamente é uma convenção simbólica. Retomando a questão das classificações, codificações e do sistema de representação, essas práticas fazem parte de uma linguagem desse sistema que revela uma forma de pensar o mundo e de se comunicar. Seguir ou não o ritual é passar uma determinada mensagem. É preciso superar a visão do iluminismo dos mitos e dos ritos como práticas de culturas pouco instruídas, eles não são aspectos vazios e fantasiosos. São reveladores da racionalidade de uma cultura e fundamentais a qualquer cientista social. Nesse sentido, é importante para a presente pesquisa investigar os mitos, ritos e magias que fazem parte do *slow beauty*. São os mesmo do *fast beauty*? A questão da cientificidade e da medicina estão presentes nos mitos dessa comunidade? Para tanto, na próxima seção nos aprofundamos nos conceitos aqui abordados brevemente: mitos e ritos.

2.2.1.1 Mitos e ritos

O estudo de mitos e ritos se faz necessário uma vez que essas práticas revelam a racionalidade e a estrutura social de uma cultura. Elas refletem teorias sobre o mundo e não estão opostas à ciência. Essa contraposição surgiu entre os séculos XVII e XVIII, quando se afastou do mundo dos sentidos, visto como ilusório, em nome da ciência atingida pelo intelecto (LÉVI-STRAUSS, 1978). Esses costumes passaram então para o campo das superstições e das mentes ditas primitivas. No entanto, autores como Barthes (1999), Lévi-Strauss (1978; 1989; 2008), Rodrigues (1979; 1992), Rocha (2017), Van Gennep (2011 [1909]), Turner (1974), Geertz (1989), Douglas (1970; 1991) e Da Matta (1973) apontam que essas práticas são inerentes a qualquer sociedade. Elas têm significados e devem ser integradas à explicação científica.

Mitos já foram definidos como expressão de sentimentos básicos como o amor e o ódio por exemplo. Também foram pensados como uma explicação para manifestações complexas e de difícil compreensão. Para a psicologia, eles podem refletir a estrutura social e as relações, bem como sentimentos recalcados. É preciso reconhecer as diversas teorias que surgiram com os estudos de mitos. Para o presente trabalho, adotamos a concepção de Barthes (1999) do mito como uma

fala, uma mensagem que possui significado, seja ela verbal ou visual, englobando artigos de jornal, peças publicitárias, filmes, entre outros.

Mais do que histórias arbitrárias, os mitos possuem significado e é nesse ponto que se encontra sua verdadeira substância. Eles expressam e produzem sentimentos e pontos de vista, portanto, estão ligados ao controle e ao poder, por exemplo através da produção de insegurança, culpa e medo. Através deles é possível compreender as relações sociais, porque os mitos são reflexo da sociedade. No que diz respeito ao tempo, Lévi-Strauss (2008) aponta a característica histórica e a-histórica do mito. A narrativa geralmente acontece no passado, mas seu sentido ecoa no presente e no futuro, se aplicando sobre o primeiro e moldando o segundo.

O mito está na linguagem e para além dela porque é na história que se encontra seu significado, não no estilo ou modo de narração (LÉVI-STRAUSS, 1978, 2008). Essa capacidade do mito de descolar o sentido do fundamento linguístico permite a existência de diversas narrativas para o mesmo mito. Isso significa que, apesar de o significado ser igual, culturas diferentes utilizam personagens, tempo e lugares distintos para retratar temas idênticos, ou seja, a estrutura básica do mito é mesma, o que muda é o conteúdo. Dessa forma, Lévi-Strauss (2008) nos alerta a não buscar a versão autêntica, pois todas as variantes pertencem ao mito e contêm o mesmo significado.

Por outro lado, Barthes (1999) identifica a capacidade do conceito mítico de ser apropriado, ou seja, aquilo que é identificado por um determinado grupo não necessariamente influencia outro. Os conceitos são construídos, alterados e desfeitos no tempo e no espaço. O autor exemplifica com a imperialidade francesa, se ela afeta determinados leitores, o mesmo não acontece com outros. Nesse sentido, para o presente trabalho é preciso não só buscar na cultura minimalista outras versões para mitos da beleza em geral, seja ela *fast* ou *slow*, mas também aqueles específicos que impactam apenas as adeptas ao movimento estudado.

Retomando a ideia da cultura como um mapa que orienta os indivíduos, podemos pensar os mitos como o estabelecimento de fronteiras no território. Eles estabelecem domínios separados e regulam as possíveis conexões entre essas categorias como, por exemplo, Deus e o homem. Para mediatizar essa separação, cria entidades responsáveis pela ligação entre os domínios como Jesus e Maria. Essas conexões também se dão através dos ritos, vejamos, por exemplo, a separação das categorias cru e cozido. Para passar de uma para outra há o rito de cozimento, este não só estabelece a ligação entre os domínios, como também reafirma a separação. Dessa forma, os ritos são uma forma da cultura permitir a conexão entre as categorias separadas pelos mitos. Há, portanto, uma

mitologia nos ritos, que dão sentido e suportam essas práticas, como o mito das bactérias fundamenta o rito de lavagem das mãos.

Utilizando metáfora da casa, Van Gennep analisa o sistema social como áreas separadas desse espaço no qual os ritos ajudam no deslocamento ao passo em que demarcam as separações. Então, as pessoas passam pelos quartos, corredores e sala, no que ele chama de trajetória social: “é o próprio fato de viver que exige as passagens sucessivas de uma sociedade especial a outra e de uma situação social a outra, de tal modo que a vida do indivíduo consiste em uma sucessão de etapas” (VAN GENNEP, 2011[1909], p. 24). O autor avança nos estudos dos ritos ao descolá-los do mundo mágico e religioso e ao compreendê-los como inerentes à vida social, dotados de significado, como o estabelecimento de conexões dessa sociedade fragmentada.

Em seu livro *Os Ritos de Passagem*, Van Gennep (2011 [1909]) retoma as classificações dos ritos de sua época para construir uma classe específica que ele chama de ritos de passagem com três segmentações: ritos de separação, ritos de margem e ritos de agregação. Antes de nos aprofundarmos nas categorias do autor, vamos retomar as divisões que ele apresenta. Há os ritos simpáticos cujas cerimônias evocam entes; há os de contágio em que, através do ritual, objetos provocam efeitos mágicos; há os ritos indiretos que são como uma potência inicial que põe em movimento outras potências; há os diretos que têm efeito imediato sem intervenções; há os animistas que conferem qualidades humanas a não-humanos, como animais e vegetais; há os dinamistas, sem a personalização de outros atores; há ritos positivos que são atos e ritos negativos que são a negação do ato. Van Gennep (2011 [1909]) observou que com tantas divisões era possível que um rito se encaixasse em mais de uma categoria dificultando a interpretação. Por exemplo, uma grávida não comer amoras porque a criança ficaria marcada é um rito dinamista, de contágio, direto e negativo.

A proposta de uma classificação mais geral vem ao encontro da necessidade de contextualizar os rituais e pensar no seu encadeamento. A partir da compreensão das sequências cerimoniais, é possível acompanhar as passagens de um estado para o outro tendo em vista a característica conectiva dos ritos. Dessa forma, a categoria dos ritos de passagem resultou na “razão de ser” de suas práticas e do próprio mecanismo ritual, não da forma. O autor afirma que os ritos de passagem apresentam três fases, mas cada um terá predominância de um dos aspectos: agregação (pós-liminares), separação (preliminares) ou margem (liminares) (VAN GENNEP, 2011 [1909]). Ritos como o nascimento e funerários são de passagem, o que os difere é a ênfase que

cada um dá aos aspectos de passagem. O primeiro foca na agregação enquanto o segundo na separação. Já os ritos de margem, são desenvolvidos a ponto de constituírem uma etapa autônoma. O autor dá o exemplo do noivado, uma margem entre adolescência e o casamento que compreende uma série de outros ritos de passagem seja de separação, margem ou agregação.

De forma semelhante, Rodrigues (1982) aponta a questão social dos ritos e propõe pensá-los como uma metalinguagem que fala sobre a vida social, propõe soluções simbólicas para questões da sociedade. Apresenta ainda seu caráter conotativo por ser um sistema de significação que fala por meio de outro sistema, ainda que não se tenha consciência disso, ou seja, o seu conteúdo manifesto refere-se a um conteúdo latente (RODRIGUES, 1979). Por conseguinte, uma análise simbólica de um rito demanda o deciframento dessas questões/problemas/ambiguidades que eles se propõem a resolver; a compreensão do caráter conotativo, desvenda não só o conteúdo explícito, mas, principalmente, seu conteúdo latente ou inconsciente; e interpretar os significados dentro da conjuntura para revelar os sentidos sociais, importa o caráter coletivo das soluções. Utilizando o exemplo de Rodrigues (1982, p. 88) em *O Rei e O Rito*, “através do futebolês, tecem-se sutilmente mensagens sobre a sociedade e suas principais contradições políticas”.

Outro autor importante para a discussão dos ritos é Marcel Mauss (2003 [1950]). Em um de seus ensaios reunidos no livro *Sociologia e Antropologia* o autor define o que chama de ritos mágicos como fatos de tradição, ou seja, que se repetem, que têm sua eficácia aceita como verdadeira por todo um grupo, transmissível e legitimada pelo consenso. Mauss dá ênfase na questão coletiva dos ritos, uma vez que as práticas individuais, ainda que supersticiosas, não se enquadram na categoria de ritos mágicos. Mais do que simplesmente convencidos, essas práticas são eficazes, elas “fazem”. Temos como exemplo o ato médico, repleto de simbolismos com seus encantamentos, prescrições, drogas e dietas.

Mauss (2003 [1950]) apresenta, então, os elementos da magia. Primeiro vem o mágico, aquele responsável pelo ato mágico que pode ou não ser um especialista. O segundo caso geralmente acontece quando a prática já foi repetida tantas vezes que se vulgarizou, já se tem conhecimento da receita pela tradição. Para aqueles que são especialistas, há uma gama de sentimentos sociais relativos à sua condição de mágico que lhe confiam seu poder. Outro elemento são os atos ou ritos, que aparentemente não possuem nada de especial, mas no fundo são complexos e repletos de significados. Para a realização de um rito, o autor aponta a necessidade de condições especiais. A primeira delas é o tempo, o momento de realização não se dá ao acaso, mas é escolhido

de forma cuidadosa. Seja para acompanhar as fases lunares, o nascer ou pôr do sol, os dias da semana ou as horas, essas práticas envolvem conjunturas específicas. O corte de cabelo, por exemplo, deve ser feito na lua cheia para quem quer mais volume e o contrário se aplica para quem não quer volume.

A segunda condição é o lugar, os ritos são praticados geralmente em santuários, ainda que eles tenham que ser traçados imaginariamente no chão. É preciso enfatizar que esse ambiente tem correlação com o ritual como, por exemplo, o ato de cuspir na casa do inimigo para enfeitiçá-lo. Há também os materiais e instrumentos escolhidos para o ato que podem, eles próprios, demandar condições de tempo e lugar. Normalmente são preparados de maneira longa e minuciosa. A farmacopéia mágica pode contar com elementos como plantas, pedras, água, mel, entre outros. Já os instrumentos são espelhos, bacias, anéis, facas etc. Observamos aqui elementos materiais e instrumentais presentes na rotina de beleza como o mel, as plantas, a água e o espelho. Os agentes da cerimônia têm prescrições a cumprir que envolvem vestimentas especiais, privações prévias e disposições mentais específicas como o relaxamento, fé e seriedade. Essas circunstâncias preliminares são chamadas de ritos preparatórios, “o conjunto de todas essas observâncias relativas ao tempo, ao lugar, aos materiais, aos instrumentos, aos agentes de cerimônia mágica, constitui verdadeiras preparações, ritos de entrada na magia” (MAUSS, 2003 [1950], p.85). Possuem uma dimensão menor em relação à prática principal, no entanto, “são tão importantes que formam eles próprios cerimônias distintas em relação à cerimônia que condicionam” (MAUSS, 2003 [1950], p.85). Ao final, pode haver ritos de saída que ditam as regras do que deve ser feito, destruir ou jogar fora os materiais da cerimônia, purificação do agente etc. Para além dos ritos manuais descritos acima, algumas cerimônias incluem ritos orais que são falas, juramentos, votos, nomeação de objetos ou fórmulas.

Compreendemos, portanto, que os ritos “são extraordinariamente formais e tendem, não à simplicidade do gesto leigo, mas ao refinamento mais extremo do preciosismo místico” (MAUSS, 2003 [1950], p.95). Como práticas inerentes à vida social, eles revelam a racionalidade de uma cultura. Através deles é possível entender as contradições e as próprias soluções coletivas para os problemas sociais. Para além de práticas mágicas e religiosas, os ritos estabelecem conexões entre domínios separados em nossa sociedade, seja para agregar, ficar à margem ou demarcar a separação. Eles estão intimamente ligados aos mitos que, por sua vez, dão sentido a essas atividades. Em suma, os mitos e ritos são repletos de significação e apresentam um aspecto

relevante da cultura. No que diz respeito à comunidade estudada, cabe aprofundar nos mitos que a sustentam bem como nos ritos que fazem parte de seus costumes.

2.2.2 Beleza, uma questão de gênero

A partir da compreensão do corpo como parte da estrutura social e revelador da racionalidade de uma cultura, partimos para a discussão da beleza. Conforme abordado anteriormente, nossas ideias e sensibilidades estão intimamente ligadas ao contexto social e histórico em que vivemos. A beleza é, nesse sentido, uma ideia cultural que expressa e carrega valores, crenças e expectativas da conjuntura, ou seja, aquilo que é belo para uma comunidade pode ser o oposto para outra (REISCHER; KOO, 2004). Para demonstrar tal particularidade da beleza, Rodrigues (1979) aponta o ideal estético de mulheres da África Central que são submetidas a procedimentos para ficarem mais gordas desde a adolescência, bem diferente da beleza magra ocidental. Já na África do Sul, há povos que retiram os incisivos superiores. Tais exemplos revelam a especificidade da ideia de beleza para cada cultura e como as modificações corporais servem a esse propósito.

Não somente os hábitos de higiene, o enclausuramento dos indivíduos e a criação de uma intimidade que deve ser preservada evidenciam as ações sobre o corpo, “se considerarmos todas as modelações que sofre, constataremos que o corpo é pouco mais que uma massa de modelagem à qual a sociedade imprime formas segundo suas próprias disposições” (RODRIGUES, 1979, p. 62). As modelagens e impressões que nele fazemos trazem as marcas da vida social, transformamos nossa fisionomia para nos comunicarmos e exprimirmos os valores de nossa cultura, como exemplifica Rodrigues (1979, p. 62): “arranhando, rasgando, perfurando, queimando a pele — imprimem-se cicatrizes-signos que são formas artísticas ou indicadores rituais de status, como as mutilações do pavilhão auricular, corte ou distensão do lóbulo, etc”.

A participação em um grupo social, a reivindicação de uma identidade, a oposição a uma outra subcultura e a mudança de status social são alguns dos motivos para transformações físicas no corpo. No entanto, Reischer e Koo apontam as mudanças estéticas para atingir a beleza como uma das maiores motivações. Essas modificações também ocorrem na busca pela beleza ou pelo padrão estético definido socialmente, seja ele qual for, e, para isso, acentuamos, escondemos ou reduzimos aspectos de nossa aparência. Muitas vezes o fazemos de forma inconsciente, seguindo um ritual que nos foi passado, por exemplo, a lavagem do cabelo, ou com uma finalidade mítica,

como a higiene, evidenciando a importância dos mitos e ritos como informação para o presente estudo. De toda forma, as modificações corporais são um importante aspecto do estudo de uma cultura da beleza minimalista.

A extensa literatura sobre o corpo das mulheres (REISCHER; KOO, 2004; PEISS, 2011; BANNER, 1983; BALSAMO, 1996; OSSMAN, 2002, SCANLON, 2000) revela a beleza como um palco de construção de gênero, em especial o feminino. Ainda que autoras como Connell (1995), Bordo (1999) e Faludi (1999) tenham estudado a relação entre beleza e masculinidade, a questão da aparência é, tradicionalmente, uma característica feminina de atração. A historiadora cultural Banner (1983, p. 9, tradução nossa) a identificou como uma “categoria especial da experiência feminina”, beleza é quase sinônimo de ser feminina. Nesse contexto, corpo é usado para criar fronteiras, delimitando a atuação de acordo com o gênero. O ideal do corpo feminino está ligado à definição de natureza feminina e do que a mulher pode fazer, ou seja, sua posição social também é influenciada pela construção de gênero. Nesse contexto, a natureza é utilizada para sustentar essa estrutura, ou seja, o discurso biológico e médico naturaliza aspectos culturais do corpo (REISCHER; KOO, 2004).

Para as adolescentes, é importante falar sobre a obesidade e o papel da mídia na construção de um ideal de beleza (NICTER, 2000). Isso porque promove a socialização entre essas meninas e estimula a formação de um pensamento crítico sobre sua formação. As mães também desempenham um importante papel na formação da ideia de beleza, uma vez que são elas quem transmitem os valores culturais de gênero e feminilidade construídos através do corpo (REISCHER; KOO, 2004). No estudo com adolescentes, Nichter (2000) observou diferenças étnicas no ideal de beleza. Enquanto meninas brancas falam sobre ser esbelta e jovens, as negras têm uma visão mais flexível atrelando a beleza a estilo e atitude mais do que ao tamanho do corpo. Tais dados evidenciam as divergências culturais e revelam a especificidade do corpo belo e da forma de atingi-lo.

Retomando o exemplo da obesidade de mulheres da África Central, Reischer e Koo (2004) pretendem desmistificar a magreza como condição quase natural do corpo feminino predominante na cultura ocidental. As diferenças também podem ser históricas, os corpos largos hoje vistos como doença e até pobreza já foram sinônimos de prosperidade, saúde e posição social alta. Nesse sentido, torna-se evidente que a fisionomia do indivíduo passa uma mensagem. Conforme

supracitado, desde o fim do século XVIII há uma ligação entre o corpo e os valores morais do indivíduo, como capacidade de autocontrole e comprometimento.

Para autores como Bordo (1999), o padrão de beleza é uma forma de exercer poder e controle social uma vez que se influencia no comportamento diário. Wolf (1991) observou que o crescimento de distúrbios alimentares na década de 1980 coincidiu com o aumento de mulheres em posição de poder e autoridade no trabalho. A autora argumenta que a beleza é usada como forma de controlar o acesso das mulheres ao poder porque ela seria um atributo desejado por elas, é como uma moeda de troca para ter poder. Dessa forma, o sucesso profissional das mulheres estaria atrelado à vigilância e modificações no corpo que mantenham o padrão. No entanto, a dificuldade em manter a aparência de acordo com o ideal revelaria a falta de autocontrole e disciplina.

No que diz respeito ao uso de cirurgias plásticas para modelar o corpo, Gilman (1998) observou que esse recurso é uma forma de terapia psicológica. Isso reflete o poder simbólico do corpo sob o psicológico. No estudo com mulheres de origem asiáticas que fizeram cirurgia para deixar os olhos mais ocidentais, Kaw (1994) descobriu que apesar de atribuírem a decisão a questões individuais, a escolha dessas pessoas tinha como pano de fundo a visão negativa que os americanos têm ao corpo asiático, o que significaria passividade. Novamente observamos como a personalidade é associada ao corpo, este representaria a essência do indivíduo (REISCHER; KOO, 2004).

Por outro lado, Orbach (1978) aponta que ser uma mulher gorda em uma sociedade na qual a magreza é o ideal de beleza pode ser uma forma de resistir ao estereótipo de gênero. Se ele é o espaço para prática de controle social e poder, também pode ser objeto de negociação dos valores e significados sociais. A mulher pode lutar para ter a sua própria imagem através da oposição ao padrão imposto. Para superar as limitações simbólicas impostas pela objetificação sexual e as diferenças de gênero que existem no ambiente de trabalho, as mulheres são capazes de moldar seus corpos. Segundo Reisher e Koo (2004, p. 315, tradução nossa),

Reconhecendo a natureza altamente codificada da beleza, as mulheres aprenderam a se apropriar do simbolismo do corpo para alcançar seus próprios fins. Os corpos das mulheres e as construções sociais da forma feminina ideal, mais do que refletem a posição das mulheres na sociedade: oferecem um meio poderoso para negociar, redefinir e reconceptualizar essa posição. No entanto, essas formas de resistência ocorrem dentro de estruturas sociais abrangentes que, em última instância, indexam as relações de poder existentes.

O uso do corpo como protesto também foi abordado por Ellmann (1993). A autora identificou uma semelhança entre mulheres anoréxicas e as que fazem greve de fome, ambas usam seus corpos como discurso. Nesse sentido, “o corpo é central para expressão pessoal e política [...] ele abre um território simbólico poderoso para articulação da dissidência contra formas de opressão social ou política” (REISCHER; KOO, 2004, p. 303, tradução nossa). Isso significa que o corpo não é mero reprodutor do sistema simbólico, a sua manipulação tal como uma “massa de modelagem” permite que ele represente uma forma de resistência e transformação dos valores hegemônicos. Um outro exemplo dessa resistência são os concursos de beleza. Até recentemente as vencedoras representavam como ideal de beleza uma mulher branca, hoje já há Miss Universo de outras etnias.

O foco em mulheres se justifica a partir do aspecto da experiência feminina, como abordado anteriormente. Para além disso, o presente trabalho traz questionamentos sobre o movimento *slow beauty* tomando o corpo como um espaço de simbolismo e agenciamento do mundo social, no qual as mulheres imprimem formas que refletem e refutam os valores hegemônicos. Enquanto cultura de resistência, quais são as impressões no corpo que revelam a luta da cultura minimalista? Quais refletem o corpo feminino e a construção social do ideal de mulher contemporânea?

2.3 METODOLOGIA

2.3.1 A antropologia digital

O movimento *slow beauty* se difundiu na internet com os diversos grupos relacionados ao tema no Facebook e em outras plataformas. As integrantes aprendem de forma coletiva ao passo em que trocam dicas e interagem com outras participantes. Dessa forma, esse ambiente compõe uma esfera importante do estudo da beleza minimalista. Para além desse aspecto, o ambiente online faz parte da vida cotidiana dessas pessoas, portanto, um estudo que pretende abordar as diferentes esferas que constituem a vida diária deve considerar essa dimensão (MILLER et al, 2016). Novas identidades e formações sociais são desenvolvidas a partir da internet, que aqui é compreendida como um modo de ser ou ferramenta, incorporada, corporificada e cotidiana (HINE, 2015; SADEBECK, 2008; BENEITO-MONTAGUT, 2011). É importante ressaltar a particularidade do ambiente digital, seus significados são diferentes a depender do uso que se faz dele, sua tecnologia permite a fluidez, a dispersão e a flexibilidade necessárias à multiplicidade de experiências.

Hine (2015) utiliza o conceito de Internet E³ para abordar características gerais desse ambiente. Os três Es correspondem a *embedded* (incorporada), *embodied* (corporificada) e *everyday* (cotidiana) e incentivam ao pesquisador a observar interna e externamente. Interna, por ser uma experiência corporificada na qual o digital é parte da vida cotidiana e, externa, porque ele aumenta as possibilidades de conexões a serem estabelecidas bem como a produção de sentido. Examinando cada um dos elementos, veremos a necessidade de usar estratégias metodológicas que capturem os modos de produção de sentido nesse espaço E³.

A internet é *embedded*, ou incorporada, porque está entrelaçada à vida diária, ou seja, ela não é um lugar separado onde as pessoas podem ir, mas parte da rotina. Isso fica perceptível com os diversos dispositivos móveis como celular, tablet e notebook por meio dos quais é possível navegar na internet em qualquer lugar, com equipamentos que cabem no bolso. O conteúdo também é incorporado, circulando dentro e fora do ambiente onde foi criado. Um vídeo que viralizou no Facebook vira tema de conversa no ônibus, e ele pode ser movido, re combinado, revisualizado, recalculado e reaproveitado. Dessa forma, a internet não é algo dado, tem seu significado construído a partir dos usos que dela são feitos no dia a dia. Outra característica é a *embodied* ou corporificada. A autora aponta que a experiência online é imersiva a ponto de se esquecer o corpo físico e a localização off-line. A complexidade dessa vivência abrange também expressões do eu corporificado, ou seja, assim como ela não é um lugar para ir, você também não abandona seu corpo na imersão, pelo contrário, possibilita uma gama de performances da realidade corporal. Também não podemos pensar na internet como uma forma de escapar da vida cotidiana, ela abarca os eventos diários e pode fornecer informações acerca do que acontece em nossas vidas (SADE-BECK, 2008).

A essa altura já está claro que não podemos pensar no digital separado da vida mundana. É sobre isso que diz respeito a característica *everyday* ou cotidiana. Enquanto indissociável do dia a dia de seus usuários, a internet é um fenômeno cultural que ajuda na condução de relações, políticas, negócios e prazer, na promoção da educação e de entretenimento. O digital está tão presente no cotidiano que não cabe mais separá-lo do fluxo de existência, o estudo deve, então, atentar a produção de significados também nesse meio: "internet cotidiana envolve estudar a forma como as pessoas se movem através dela, trazem à existência, comparecem e ignoram esse panorama enquanto eles fazem suas atividades diárias" (HINE, 2015, p. 51, tradução nossa).

No que tange às relações on e off-line, não há uma substituição. Como Miller et al (2016) explicam, a percepção entre o online e a vida real está ligada ao conceito de virtual que surgiu no início da internet. Não há uma oposição e exclusão entre on e offline, as relações são criadas, desenvolvidas e sustentadas através da integração entre esses tipos de interação, como indicam seus estudos. As famílias, os vizinhos, os colegas de trabalho e de escola também estão na internet. Essa dicotomia é uma forma primária para pessoas compreenderem a experiência das mídias digitais e, enquanto pesquisadores, devemos reconhecer os diferentes usos. É possível que nossos informantes falem de mundos separados, ou ainda, compreendam os termos “online” e “offline” de maneiras diferentes. Afinal, informantes e pesquisadores geralmente usam os termos de maneira inconsciente. A acusação da perda da humanidade em função de novas tecnologias não é nova. Sócrates já apontava a escrita como causadora do esquecimento e, mais recentemente, acusaram a televisão de nos reduzir a preguiçosos.

Os autores adotam a perspectiva de enquadramento da teoria de Goffman (1995) para pensar a relação online e offline. É possível estabelecer barreira, regras e expectativas que guiam o comportamento de acordo com o enquadramento da vida social. Assim como as pessoas se comportam de maneiras diferentes em um bar e no trabalho, elas agem diferente online e offline. Seriam enquadramentos complementares que proporcionam uma imagem completa da pessoa e de suas relações. As diferentes plataformas, contas ou grupos seriam sub enquadramentos. Essas categorias sociais que são organizadas nas mídias, como colegas de classe e trabalho, também existem na vida offline, mas de maneira menos explícita e complexa. Nas mídias sociais se estabelecem, experimentam, mantêm e reforçam antigas e novas relações. Na Índia, as relações de parentesco são usadas para expressar o quanto a pessoa evoluiu na escala de intimidade. Em Trinidad as mídias sociais são utilizadas para se comunicar com parentes que moram fora, muitas vezes fortalecendo esses laços. Já no norte do Chile, os mineradores negociam o tempo distante da família pelo WhatsApp e as mineradoras relataram o aumento de ciúmes por parte dos parceiros (MILLER et al, 2016).

A série de 11 livros chamada “*Why We Post*” reúne trabalhos de diversos autores comandados por Daniel Miller para investigar os usos das mídias sociais em diversos países. Contribuições do Chile e da Itália evidenciam a complexidade das relações no mundo conectado e descartam a exclusão ou substituição do off pelo online. Haynes (2016) observou que os mineradores veem as mídias sociais como uma forma de trazer um elemento do mundo de fora ao

“asilo” da mina, dando sentido de humanidade. Casais perceberam o parceiro mais carinhoso online, jovens viram os membros mais velhos da família como mais flexíveis. Esses e outros relatos demonstram a possibilidade de as mídias sociais serem mais intensas e íntimas que as relações offline. Nicolescu (2016) descobriu que no sul da Itália as mídias não aumentavam a conexão dos moradores, mas, para aqueles de maior escolaridade e que haviam morado em grandes cidades, ajudavam a manter o vínculo com pessoas distantes. No geral, as pessoas acreditam que as mídias sociais facilitam as relações sociais de forma positiva, nas relações próximas, a confiança e o afeto são geralmente cultivados e expressos através desses canais. Por outro lado, o aumento da visibilidade das relações leva a ciúmes e vigilância (MILLER et al, 2016).

Embora a tendência seja considerar identidade como algo construído através da interação social, os estudos de Sennett (1978) mostram que antigamente ela era quase toda atribuída (classe, ocupação, papel social, etc). Já Giddens (1991) argumenta que no mundo moderno esses elementos não são fixos ou estáveis, refletem a dinâmica da vida e a dificuldade é preservar uma narrativa coerente de identidade própria. A perspectiva de enquadramento de Goffman (1995) também está relacionada com a maneira pelas quais as pessoas administrarem as múltiplas identidades com os papéis e contextos sociais. Dessa forma, o online aumenta os enquadramentos e a flexibilidade da identidade. Em Trinidad a identidade está ligada à projeção, ou seja, as pessoas não são julgadas pelo local de nascimento ou trabalho, mas pela performance e pela maneira que se mostram. As mídias servem como reforço dessa identidade construída. Já na China, os trabalhadores que migram em busca de trabalho veem o online como um lugar mais permanente para suas identidades construídas em relação ao offline. Para uma chinesa extremamente tímida, a internet permite que ela seja ela mesma. Trabalhar apenas com o offline seria, então, muito restrito, é na internet que as pessoas criam versões mais permanentes delas e se relacionam com outras. “Mídia social não é simplesmente uma tecnologia para comunicação, fantasia ou entretenimento. Para esses migrantes, a mídia social é um lugar muito vivo. Eles trabalham offline e vivem online” (MILLER et al, 2016 p. 111, tradução nossa).

Nesse contexto, o crescimento do mundo digital demanda abordagens novas para examinar as manifestações culturais. Horst e Miller (2012) elencam seis princípios que constituem a base para se pensar a antropologia digital enquanto subdisciplina nesse novo cenário. O primeiro princípio é o da dialética e diz respeito à capacidade da cultura digital de produzir efeitos positivos e negativos. Machado (2017) utiliza o exemplo da reprodução das desigualdades de gênero como

a baixa participação feminina em processo de *open source* em contraste com os coletivos feministas que se proliferam nesse mesmo ambiente. Estabelecendo um paralelo entre o digital e o dinheiro, Horst e Miller (2012) falam da abstração necessária e do processo de comoditização. Enquanto é possível encontrar benefícios claros com a criação do dinheiro, também é possível elencar seus efeitos negativos. O mesmo acontece com o digital, ainda que se produza muita informação, a dificuldade de absorção e de engajamento nas atividades revela um lado raso e superficial desse ambiente. Nesse sentido, os autores propõem uma contribuição crítica aos estudos das tecnologias digitais enquanto meio de exacerbar e revelar contradições.

O segundo princípio é o debate sobre a autenticidade. As críticas às tecnologias digitais incluem a redução da nossa capacidade de pensar e a perda de autenticidade pela mediação. Miller e Sinanan (2014) desenvolveram o conceito de *theory of attainment*, ou teoria de retenção, em resposta a essas críticas de perda da humanidade e da autenticidade das relações. Os autores relembram que Platão foi contra a escrita por ela “destruir” a memória e a cada mudança surge uma corrente que contesta os novos meios como menos naturais, hoje a internet se encontra sob o holofote. No entanto, a ideia de uma autenticidade não mediada é rejeitada pelos antropólogos, “todos os aspectos da identidade e das relações são intrinsecamente mediados pelas regras culturais e sociais, inclusive gênero e etnia” (MILLER et al, 2016 p. 102, tradução nossa). Goffman (1995) apontou as influências da cultura nas interações face a face com o enquadramento da comunicação. A retenção acontece exatamente quando algo que era um facilitador como a tecnologia vira mundano e uma condição, ou seja, um aspecto integral de quem as pessoas são (MILLER; SINANAN, 2014). Se um dia a escrita era um auxílio à memória, hoje ela já foi retida e é condição necessária. Cabe, então, atentar à natureza mediada da sociedade e compreender as formas de interação e transformações nesse novo contexto sem considerar uma perda da humanidade ou a comunicação menos natural.

Em seguida, Horst e Miller (2012) apontam o quarto princípio, holístico. Esse engloba três dimensões: do indivíduo, da etnografia e do global. No âmbito do indivíduo, é preciso considerar a esfera digital e as mídias analógicas. Nesse ponto entra o segundo aspecto, a ecologia das mídias. Os autores relembram que estudar uma mídia isolada não traz o panorama maior da produção de significado e dos usos que se fazem na relação com outros, para explicar a importância de considerar essa visão mais ampla eles recorrem ao conceito de *polymedia* de Mandinou e Miller (2012). A ideia será aprofundada posteriormente, mas diz respeito à escolha dos meios de

comunicação dado o número de possibilidades em um contexto no qual a opção não seja restrita por acesso, custo ou compreensão dos meios. Dessa forma, um estudo holístico considera a ecologia das mídias que compõem importantes dimensões da vida cotidiana, sem escolher uma em detrimento da outra. O último aspecto do princípio holístico é o global. É levar a discussão para a dimensão da sociedade e relacionar casos parecidos em outras culturas. É pensar a particularidade e a universalidade tendo em mente os usos sociais dos meios.

Relacionado ao holístico, o princípio do relativismo considera a internet como um ambiente plural, inventado por seus usuários (HORST; MILLER, 2012). Nega-se aqui a homogeneidade do mundo digital através do relativismo cultural. A ideia é dar voz e visibilidade aos grupos tradicionalmente marginalizados nos estudos que concebem a internet como um todo homogêneo. A antropologia digital, nesse sentido, contribui para estudos que revelem as realidades dos diferentes grupos e não apenas da cultura hegemônica. O quinto princípio é o de abertura e fechamento. Ele considera a ambivalência desse ambiente, que promove a abertura no sentido de experiência de liberdade para emergirem assuntos políticos, por exemplo, e o controle, ou fechamento, que resultam desses próprios movimentos de abertura. Por último, temos o princípio da materialidade dos mundos digitais. Assim como o segundo princípio nega níveis de autenticidade, o sexto princípio nega que um meio seja mais ou menos material do que os outros. Novamente os autores dividem em três dimensões que condensam a materialidade, a primeira é a da infraestrutura, a segunda do conteúdo e a terceira do contexto.

A partir dessa compreensão de antropologia digital, vamos analisar com mais profundidade o conceito de *polymedia*. Ele foi criado por Madianou e Miller no livro *Migration and New Media: transnational families and polymedia* em um cenário de transformação. As questões sociais, tais como as relações e necessidades emocionais, passaram a determinar o meio de comunicação no lugar do custo, do conhecimento e do acesso (MADIANOU; MILLER, 2011; MADIANOU; MILLER, 2013; MILLER; SINANAN, 2014). Essa transformação deu ao usuário o poder de escolha perante o meio em lugar dos fatores externos, (re)socializando a mídia. Mas esse não foi um processo democrático, as desigualdades no mundo digital ou o chamado *digital divide* atenta para as diferentes nuances de conhecimento acerca da internet e as diferenças que isso pode gerar nos benefícios obtidos pelo uso dos meios digitais, seja em relação ao capital humano, financeiro, político, social e cultural (HARGITTAI; HINNANT, 2008).

O primeiro pressuposto para o estabelecimento da *polymedia* é o acesso aos meios de comunicação. Isso significa que os indivíduos podem pagar pelos dispositivos e pela conexão seja ela banda larga ou dados móveis. A Pesquisa Brasileira de Mídia de 2016 apontou que 50% da população acessam a internet diariamente e os aparelhos mais utilizados são o celular e o computador, com 91% e 65% respectivamente (BRASIL, 2016). Os moradores da capital têm mais acesso do que os da periferia e do interior, fator também observado por Miller (2006) na Jamaica. Outros fatores como faixa etária, renda e escolaridade também estão relacionados ao maior ou menor uso dos meios digitais. Dessa forma, é preciso considerar a heterogeneidade do acesso, ou seja, significa que nem toda a população brasileira vive em um contexto de *polymedia*.

A segunda premissa é a do custo *background*. Ela diz respeito à mudança do custo que inicialmente era com a mídia ou a plataforma para o de infraestrutura. Se hoje temos a impressão de não haver gastos com a comunicação, é graças a essa transformação, o que está em jogo aqui é a percepção. Antes se pagava por minuto de ligação e era possível quantificar o custo da comunicação, mas as cobranças agora são de dispositivos e conexão, por exemplo, enviar 10 ou 100 e-mails é indiferente, basta ter o acesso. Observa-se, então, que essa premissa está diretamente relacionada com a anterior. Essa transformação pôde ser observada no Brasil a partir de 2015, com o crescimento da compra de dispositivos móveis acima de R\$1.000,00 e a incorporação de aplicativos como WhatsApp e Telegram no pacote sem consumir os dados (COMTECH KANTAR WORLDPANEL, 2016).

O último pressuposto é o da literacia midiática ou *media literacy*. Ele diz respeito à capacidade de compreender, criar e analisar os códigos, práticas e linguagens do conteúdo digital, pois, para lidar com o fluxo acelerado de informação da era digital, o letramento tradicional não é mais suficiente (O'NEILL; HAGEN, 2009). O termo evidencia a emergência de um pensamento crítico diante das novas mídias e suas implicações ideológicas, comerciais e políticas (LIVINGSTONE, 2004; MADIANOU; MILLER, 2011). Para além das questões de acesso a conteúdo de qualidade e benefícios das oportunidades online, o termo implica também na produção de conteúdo pelos indivíduos nesse contexto. Portanto, a interface tecnológica e as habilidades do usuário devem ser desenvolvidas no processo de alfabetização, ou alfabetizações, como argumenta Livingstone (2004), que leve em conta a relação com diferentes mídias. Adotar o conceito de *polymedia* pressupõe reconhecer uma nova configuração das práticas comunitárias, com os usuários aprendendo e experimentando o mundo e a si mesmos na interação.

2.3.2 Etnografia digital e os procedimentos metodológicos

Miller (2017) argumenta que a habilidade de estudar o mundo através da etnografia e devolver tal conhecimento para o mundo é mais importante do que a disciplina da antropologia. O autor entende que o método etnográfico é uma forma de engajamento com as pessoas e, por isso, é importante não ir a campo com hipóteses rígidas. Atkinson et al. (2001, p. 4, tradução nossa) definem a etnografia como “um compromisso com a experiência em primeira mão e a exploração de um cenário social ou cultural particular por meio de (apesar de não exclusivamente) observação participante”. O repertório dos etnógrafos conta com outras técnicas, como análise visual de material como fotografia, coleta de história oral e de vida, assim como as entrevistas em profundidade, interação e diálogo em campo, que, por sua vez, fazem parte da transformação dos observados em informantes e co-pesquisadores. Essa mudança resulta em um retrato mais próximo do real entendimento da vida social e da experiência pessoal.

O movimento *slow beauty* e suas manifestações no ambiente digital são pesquisados desde 2015 pelas presentes autoras. A partir da investigação preliminar na comunidade Beleza Minimalista, levantaram insights importantes sobre a cultura da cosmetologia natural. Entre eles estão o caráter colaborativo do movimento (MOURA; MACHADO, 2017), a importância do ambiente digital (MOURA; MACHADO, 2018a), a comunidade como forma de construir novas práticas (MOURA; MACHADO, 2018b) e o debate sobre comunidade no contexto digital (MOURA; MACHADO, 2018c).

O levantamento de comunidades virtuais de *slow beauty* apontou para uma existência massiva de grupos exclusivamente no Facebook com objetivo de trocar ideias sobre cosméticos alternativos sem reconhecer o movimento. Entre as comunidades virtuais que mencionavam o *slow beauty* estavam a Beleza Minimalista e a Vivo Naturalmente. A escolha pela segunda como objeto do presente trabalho se deu em função de sua presença também no ambiente off-line. Para Hine (2015) a produção de sentido se dá na esfera digital e presencial e, para captá-la, é importante investigar essas duas dimensões. Enquanto comunidade, com mais de 200 membros, a Vivo Naturalmente reconhece o movimento, faz parte do ambiente digital, possui encontros e relações presenciais e, portanto, é a mais adequada aos nossos objetivos.

Entrevistamos 17 membros da comunidade e para selecioná-los consideramos os seguintes critérios de inclusão: o sexo feminino, pela beleza enquanto questão de gênero; a participação no

ritual de passagem juntamente com as pesquisadoras, por compreender a importância dessa etapa para a formação da identidade dos membros e pela proximidade com as mesmas; a presença na comunidade desde o início, para trazer uma visão histórica e mais consolidada do movimento; o engajamento na comunidade digital, por compreendê-lo como essencial para a conexão emocional; e possuir perfis no Facebook e Instagram para cruzar com a identidade construída na comunidade.

Dessa forma, a presente pesquisa, aprovada pelo Comitê de Ética sob o número 2673843 (ANEXO A), investigou o *slow beauty* através da comunidade Viva Naturalmente, formada por alunas e ex-alunas dos cursos de Fernanda Telles, uma referência no movimento. Os nomes dos idealizadores da comunidade foram mantidos com autorização dos mesmos – Fernanda Telles e Alcir Blondet. Os das integrantes foram substituídos por nomes fictícios para preservar suas identidades. O trabalho de campo foi realizado em três etapas, detalhadas nas seções seguintes: observação participante no ritual de passagem; observação participante da comunidade virtual; e entrevistas em profundidade.

2.3.2.1 Observação participante do ritual de passagem

O primeiro passo foi a observação participante no curso Introdução à Aromaterapia e Alquimia em julho e outubro de 2018. Essa fase está alinhada aos objetivos específicos: (i) descrever o ritual de passagem, (ii) compreender o papel dos bens, e (iii) identificar o significado das práticas cotidianas dos membros, seus mitos e ritos.

A partir da adoção de uma abordagem da cultura material que valoriza os artefatos, tal como Miller (1998; 2007), Vannini (2009) e Machado (2015a; 2015b) apontam, foram observados também os valores práticos e simbólicos, os usos e significações dos objetos. Para investigar a racionalidade e a estrutura social proposta por autores como Mauss (2003 [1950]), Van Gennep (2011 [1909]) e Rodrigues (1979; 1992), foram examinadas as justificativas e finalidades para os usos de produtos e de cada ingrediente, os modos de preparo, o responsável pelo ato, as ferramentas, os materiais, as condições de tempo e lugar, os ritos de entrada e condições do “mágico”, como vestimentas e estado de espírito, os ritos orais e de saída.

Para tanto, foi elaborado um roteiro (APÊNDICE A) que norteou a observação do campo. Ele inicia com a descrição do ambiente e a presença e uso de dispositivos eletrônicos. Considera a participação das alunas e as interações durante o ritual de passagem, bem como a linguagem utilizada, se aparecem termos técnicos ou dialeto e se as participantes os compreendem. Indica a

observação do papel dos bens e seus valores simbólicos. Por fim, aponta para os mitos e ritos da comunidade, questionando as justificativas e finalidades mencionadas, bem como os materiais, as condições, as prescrições e a existência de ritos orais, de entrada ou de saída.

2.3.2.2 Observação participante da comunidade virtual

Considerando a etapa digital do campo, é preciso discutir as especificidades de uma etnografia nesse meio. A chamada etnografia digital constrói um retrato multifacetado do objeto de pesquisa através da participação do etnógrafo em todas as dimensões da vida cotidiana, on e off-line (HINE, 2015). O engajamento nas atividades promove uma compreensão mais emocional e corporificada de como elas acontecem, revelando questões significativas para a vida dos informantes. A etnografia digital deve ser imersiva e participante em um ambiente que põe em questão o senso de localização. Descobrir as atividades que fazem sentido e as conexões estabelecidas demanda do pesquisador a disposição de se movimentar (BENEITO-MONTAGUT, 2011). Na etnografia multissituada, o campo vai emergir durante o processo de engajamento etnográfico (MARCUS, 1995; 2009).

Na etapa de observação participante da comunidade virtual, entramos no grupo Vivo Naturalmente e no grupo Compras Coletivas do aplicativo para celular WhatsApp para observar e levantar questões, de julho de 2018 a fevereiro de 2019. Essa fase foi importante para coleta de dados que forneceram informações relativas aos objetivos: (i) descrever a cultura e a identidade dessa comunidade, (ii) compreender o papel dos bens, (iii) identificar o significado das práticas cotidianas dos membros, seus mitos e ritos, e (iv) investigar o papel das plataformas digitais nas práticas, nas conexões com outros membros da comunidade e na construção da identidade.

No roteiro de observação (APÊNDICE B) levantamos questões relativas à interação e à relação entre os membros do grupo e o conteúdo das conversas. A linguagem, a questão da colaboração e construção conjunta do movimento, a utilização das ferramentas digitais e os conflitos da comunidade são aspectos importantes relativos a essas primeiras questões. No que diz respeito à questão da identidade, nos interessou compreender as expressões no corpo típicas desse movimento. Questionamos também o papel dos bens no *slow beauty*, bem como os significados das práticas, mitos e ritos compartilhados por essas mulheres. Nesse ponto observamos as justificativas, as finalidades, as condições e as prescrições.

2.3.2.3 Entrevista em profundidade

Em seguida, realizamos entrevistas em profundidade (APÊNDICE C) com 17 membros do grupo Vivo Naturalmente. Os critérios de escolha das entrevistadas foram: elas deveriam ser do sexo feminino; ter participado no ritual de passagem observado ou estar na comunidade desde o início; se engajarem com a comunidade digital; e possuir perfis nas plataformas Facebook e Instagram. As entrevistadas eram mulheres entre 25 e 55 anos que buscam uma mudança de vida e um autoconhecimento, especialmente motivadas pelo estresse de um modo de vida pautado no sucesso, no poder e no dinheiro. Elas trabalham nas mais diversas áreas: enfermeiras, fotógrafas, biólogas, químicas, nutricionistas, empreendedoras e atrizes, e muitas se identificam como mães. Extremamente engajadas no movimento, participam ativamente da comunidade digital e compartilham em suas redes sociais seus valores, crenças e processo de transformação.

Essa etapa permitiu um aprofundamento em questões observadas anteriormente e assuntos que não puderam ser contemplados nas fases anteriores. Ela trouxe para a investigação a perspectiva das entrevistadas sobre os pontos abordados, confirmando ou não a interpretação dos investigadores sobre aspectos colhidos no campo. O objetivo da etapa de entrevista em profundidade foi desvendar o significado das práticas de cuidado pessoal, valores, crenças, atitudes e motivações que cercam o *slow beauty* e o papel dos bens nesse contexto. Buscamos ainda identificar como as relações se estabelecem no meio digital, quais são as motivações para seu uso, de que forma a internet mexe com a prática comunitária e como ela influencia na rotina das participantes. Posteriormente, cruzamos as informações obtidas na observação participante na comunidade digital com as entrevistas e com os perfis nas mídias digitais das entrevistadas.

3 RITO DE PASSAGEM: OS SENTIDOS SOCIAIS DAS BRUXAS

Era uma manhã ensolarada de um sábado de julho quando cheguei a um velho casarão no alto de Santa Teresa. A grade na entrada permitia ver o imenso jardim com algumas árvores e a casa principal que ostenta uma placa com o ano de 1873 (Figuras 1 e 2). Um verdadeiro refúgio em meio ao caos do trânsito, aglomeração e a confusão do Rio de Janeiro. No fundo do terreno avistei Fernanda, que logo percebeu minha presença e veio ao meu encontro. Após acertar a combinação da senha do cadeado que trancava o portão, Fernanda, ou Fê, como chamo carinhosamente, me encaminhou até os fundos do terreno. Lá se encontrava um galpão onde seria realizada a aula de Introdução à Aromaterapia. Próximo ao muro, uma horta repleta de verduras.



Figura 1: Jardim do local de cursos da comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Aatoria própria



Figura 2: Fachada da casa principal do local de cursos da comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Aatoria própria

Ao entrar no espaço destinado ao curso, percebi um aroma peculiar. Era um cheiro agradável e convidativo, que logo despertou minha curiosidade. Uma combinação de óleos preparada em um ritual para trazer “energia de casa” para a aula, como apontou Fê: “eu energizei a sala com um spray com uma sinergia de muitos óleos”. Nas prateleiras do galpão, peças em cerâmica indicavam o uso do local para trabalhos artesanais. Sobre a mesa ao centro, uma toalha

xadrez branca e vermelha e três vasinhos com flores (Figura 3). Ao fundo, um telão que exibia os slides da aula. Enquanto as alunas chegavam, elas se posicionavam de forma aleatória na mesa e Fê colocava os livros na bancada (Figura 4) “O cheiro das coisas”, “Cosmética e saboaria natural”, “A lavanda como caminho”, “A arte da perfumaria”, “Aromaterapia para todos”, “Base da química para óleos essenciais”, “Cuidado dos filhos com óleos essenciais”, “Beleza feita em casa”, “A arte da aromaterapia”, “Fundamentos da terapia holística” etc. Na maioria das capas vemos elementos da natureza como plantas, minerais, frutos e/ou mulheres que já indicam a relação da comunidade com esses elementos como será abordado mais à frente.



Figura 3: Decoração da mesa na 1ª turma do curso de Aromaterapia da comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Autoria própria



Figura 4: Livros expostos na bancada do local de cursos da comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Autoria própria

Na segunda turma que acompanhei, em outubro, Fernanda fez algumas mudanças na decoração. Além da toalha xadrez e dos vasos com flores, havia três panos distribuídos pela mesa.

Sobre eles havia uma vela acesa e cristais (Figura 5). Questionada sobre a mudança, Fernanda explica que a nova organização era fruto de sua nova fase:

“hoje eu energizei cada cadeira com bastão de selenita... com um símbolo do reiki [...] dessa vez eu senti que depois de ter vivenciado em agosto uma imersão com *abuela* peruana, que eu fiz uma atividade com ancestrais nativas do peru. Aí essa semana eu ganhei de presente essas toalhinhas do Peru... Coincidentemente (risos). E aí eu trouxe e tive esse insight de fazer com que esse momento fosse mais ritualizado com a energia do fogo e aí eu botei uma velinha e do lado de cada cestinha de óleo essencial, eu botei um cristal e eu percebi que eu aprimorei. Na verdade, assim, a minha energia feminina tá mais ativada e a preparação que foi mais cuidadosa dessa vez porque eu tenho vivenciado de lá para cá trabalhos mais voltados para a energia feminina”.



Figura 5: Decoração da mesa na 2ª turma do curso de Aromaterapia da comunidade Vivo Naturalmente

Fonte: Autoria própria

Ao retomar o conceito de ritos preparatórios de Mauss (2003 [1950]), é possível observar a importância dessas cerimônias que antecedem à principal, especialmente aliadas aos significados evocados pelos elementos e atos do ritual, como evidencia Geertz (1989). Suas circunstâncias são específicas – a condição de lugar com a escolha da sala e das cadeiras a serem energizadas; e os materiais e instrumentos utilizados no ritual como os panos peruanos, o bastão selenita, as velas e os cristais – são repletos de significados e revelam a racionalidade por trás do ritual.

O pano peruano remete à ancestralidade e à *abuela* com a qual Fernanda fez a imersão. A selenita é um mineral cujas propriedades mágicas estão tradicionalmente ligadas à limpeza e à energização. No entanto, para que cumpra esse papel precisa estar na forma de bastão e não possuir corte em suas pontas. Já o símbolo Cho-Ku-Rei do reiki realizado com o bastão promete equilibrar e trazer proteção, essa é uma prática budista para manipulação de energia. A vela fornece a energia

do fogo e os cristais diversas propriedades energéticas: quartzo rosa é o cristal do amor; ametista estimula a espiritualidade; e a jade traz proteção contra a negatividade.

Como Fernanda explica, esse ritual é para trazer acolhimento, sensação de estar em casa. Após os depoimentos, pude entender melhor a racionalidade por trás desse ritual que antecede a recepção de pessoas fugindo de uma vida corrida, estressante e da qual parece não se ter controle. Fernanda busca então acolher nesse ambiente mentes inquietas e ansiosas por uma mudança, mudança essa que ela mesma já vivenciou. O ritual marca a separação de uma vida conturbada pelo ritmo acelerado para um ambiente calmo, em meio a natureza e boas energias, como casa de vó. É preciso destacar o mito da mulher como aquela que cuida, protege e serve, presente na fala de Fernanda ao apontar a energia feminina como a motivadora para esse cuidado maior com a preparação.

No balcão, próximo ao telão, havia um pano vermelho com listras amarelas que me lembrou um sári. Sobre ele, um pequeno baú de madeira escura que parece ser do século XIX (Figura 6). À frente do baú, mais um pano do Peru e, sobre ele, os cristais ametista e jade e um pote com uma pequena vela acesa. Há também um suporte de madeira retangular com um cilindro de metal em cima e, ao lado, um cabo de madeira com uma bola na ponta, que mais tarde descobri se tratar de um sino utilizado para momentos de muito barulho ou para reunir o grupo após o intervalo. Antes do início da aula, Fernanda retira os óleos essenciais do baú e os repousa sobre o pano peruano.



Figura 6: Baú, óleos essenciais, cristais e vela, presentes na decoração do ambiente do curso do Vivo Naturalmente

Fonte: Autoria própria

O perfil das alunas era bem diverso: possuíam idade entre 25 e 55 anos; majoritariamente mulheres; e de diferentes profissões, jornalista, atriz, bióloga, fotógrafa, advogada, assistente social, empreendedora, psicóloga, nutricionista, engenheira, química, entre outras. Na primeira turma, uma aluna vendia colares artesanais e, na segunda, duas vendiam colares com cristais. A maternidade é uma forte questão para muitas, que se identificaram como mães e buscaram o curso e/ou a transformação motivadas também pelo cuidado com os filhos. Rosa, por exemplo, comenta: “ano passado eu me identificaria como fotógrafa, hoje eu me apresento como mãe”. A presença de apenas um homem na primeira turma foi observada com curiosidade já que logo perguntaram a Fernanda se era comum ter mais mulheres. Fê explicou que poucos homens procuram o curso e que hoje tem apenas um. A curiosidade se estendeu, então, para como ele chegou até ali. Pedro conta que foi através de uma amiga, ela acreditava que o curso tinha “tudo a ver comigo e me inscreveu”.

Fernanda e Alcir iniciam as apresentações contando a trajetória que os levaram até esse momento. Para ela, a dificuldade de anos trabalhando em comércio e o contato com a terapia holística foram essenciais para “mudar de vida”. A dificuldade de ser mãe aos 16 anos e sua separação dos pais a levou à terapia: “eu não queria uma terapia convencional, queria uma terapia mais *bruxesca*” (risos). Foi então que iniciou uma terapia holística com cristais, reiki e aromaterapia. Após dois anos decidiu:

“quero ser isso quando crescer! E comecei a estudar. A vida era muito difícil. Na verdade, era como tinha que ser. Eu fiz curso de Reiki, foi o primeiro curso que fiz. E aí depois fui estudar florais de Bach e conheci o Alcir por conta da medicina chinesa. Fiz dois cursos de Shiatsu terapia... Precisava trabalhar e ganhar dinheiro [...] e aí fui trabalhar no comércio, fiz carreira, fui gerente, a vida era encantadora porque eu atendia muito bem, as clientes gostavam muito do meu atendimento, as vendedoras também pela minha forma muito humana. Não aquela coisa comercial do dinheiro pelo dinheiro. O atendimento humano era o mais importante, e o dinheiro era consequência. E aí foi no parto, na gestação da Iasmin que eu tive um estalo. [...] E um belo dia rolou um plim, pera aí, eu quero mudar de vida, não quero mais estar dentro do shopping. Eu quero mudar de vida. Ele [Alcir] já tinha dado esse passo. E eu falei que não ia voltar para o shopping depois que ela nascesse. A gente ia dar um jeito. [...] tinha o movimento do empreendedorismo materno e a gente começou a estudar os cosméticos naturais por conta do cuidado com ela e aí eu comecei a olhar para a aromaterapia de outra forma. [...] De lá para cá eu venho estudando.”

Sua empolgação com a mudança é notável, o sorriso estampa o rosto de Fernanda, que segue contando orgulhosamente todos os cursos que fez. Indica professores e os melhores cursos para quem deseja se aprofundar e complementa: “é um estudo que não para porque quanto mais a

gente estuda, mais a gente percebe que não sabe nada. Não que a gente não sabe nada, é que o grande barato da vida é estudar”.

Já Alcir se viu infeliz no emprego e resolveu mudar de vida. Ao contrário de Fernanda, enfatiza que já possuía hábitos “naturais”, como a prática de esporte e boa alimentação. Parte de sua transformação passou pelo Terrapia, uma comunidade de aprendizagem da alimentação viva, localizada na Fiocruz, com o objetivo de promoção da saúde e preservação do meio ambiente (VARELLA, 2018). O nascimento da filha do casal foi o “estalo” que precisavam; se mudaram para a região serrana e abriram um negócio de cosmética natural.

“A minha história assim.. de trabalho.. Eu comecei em empresa, como a maioria das pessoas. [...] Tava super infeliz, aí assim, cara como eu vou sair dessa? O que eu vou fazer da vida? Eu sempre gostei de coisas naturais, procurava me alimentar bem, praticava esporte, enfim. Mas não via saída. Aí a saída que eu achei foi pedir as contas e jogar pôquer. Aí consegui a minha primeira independência. Comecei na medicina chinesa, na acupuntura, dar aula de ioga... Nesse meio tempo conheci a Fernanda, na medicina chinesa. O nascimento da Iasmin a gente queria opções naturais para ela e eu era muito radical assim, na alimentação. Na época a gente só comia, eu, pelo menos, passei um ano comendo só comida crua, sabe? Eu estudei lá no Terrapia na Fiocruz, e aí falava assim: não passa nada químico na Iasmin. E aí começamos a pesquisar e veio sabonete natural, pomada... Já tínhamos uma vontade de sair do Rio, e aí foi a força que a gente precisava, mudamos para Teresópolis, mudamos para uma vida natural, e eu larguei meu trabalho com acupuntura e ioga, Fernanda largou o trabalho dela e a gente começou a se dedicar exclusivamente à pesquisa e a ensinar, e à produção dos cosméticos. Estamos nessa há 4 anos. É muito gratificante. Não tenho vontade nenhuma de vir para o Rio, a gente mora em Lumiar hoje.”

A busca por uma vida “natural” parece impulsionar a maioria das pessoas presentes e, como ritual de passagem, devem compartilhar o que as levaram até ali. Os relatos de Fernanda e Alcir servem como testemunho da possibilidade da mudança. O ritual antes da chegada das alunas preparado por Fernanda criou um ambiente aconchegante no qual elas puderam falar sobre as insatisfações que deixariam para trás. A correria do dia-a-dia, a falta de tempo, o estresse, a insatisfação com a vida profissional e a busca por alternativa no cuidado dos filhos são alguns dos motivos mais frequentes nos relatos. Como um milagre, o curso apareceu para elas, e seria peça fundamental na transformação de suas vidas. É o ritual de passagem de uma vida infeliz da qual elas não têm controle para uma em que são protagonistas. É a busca por autoconhecimento e o investimento no que dá prazer. Ao final de cada depoimento, Fernanda agradece o compartilhamento e, com um sorriso contagiante, deseja boas-vindas.

A advogada Violeta vinha de uma recente demissão, que a libertou do estresse do trabalho e da vida profissional e que a fez ir em busca de coisas que lhe dessem prazer e tivessem significado. Como mágica, o curso apareceu em sua vida:

“eu sou advogada, eu trabalhei em escritório por muitos anos, em uma rotina de escritório, completamente opressiva, de doze horas... Ano passado aconteceram muitas coisas na minha vida, muitas coisas difíceis e algumas transformadoras. E esse ano eu fui demitida do escritório em um movimento muito libertador. Na verdade, eu não sabia se ficava triste, se ficava feliz... sabe... E depois de muito tempo eu comecei a me conectar com coisas que eram minhas, algumas coisas que eram da minha essência. Eu comecei a fazer terapia, ioga, coisas que eu não imaginava que poderia estar fazendo ano passado e.. eu não sei como achei esse curso... juro... apareceu na minha frente, e eu tive uma intuição que era pra eu fazer. Dois dias atrás eu estava na São Salvador conversando com uma pessoa que eu não conhecia e ela olhou pra mim e perguntou porque eu não trabalhava com cosméticos naturais. Foi estranho... (risos gerais) E aí é isso, eu acho que eu tô buscando uma nova forma de trabalhar com coisas que eu uso e que eu acredito.”

Angélica logo compreendeu a busca por transformação que predominava nas falas. Para a assistente social de formação, foi a cerâmica a responsável pela virada em sua vida. A única a manifestar o desejo de aprender para seguir os passos de Fernanda e Alcir de vender cosméticos, viu na arte manual um caminho para seguir:

“a minha vida profissional era uma loucura. Acho que todo mundo aqui é um pouco assim, esse viés da loucura ... de transformação... Eu sou assistente social de formação, mas nunca trabalhei na área. Desde que eu me formei eu trabalhei na área de Comunicação e Cultura [...] Há dois anos eu saí geral da área e comecei a estudar cerâmica. [...] Enfim, desde que eu comecei a fazer cerâmica, essa coisa de fazer as coisas com as mãos é meio mágico. Parece que muda mesmo a vida da gente. E eu já uso cosmético natural há 5 anos. Já limpo minha casa só com vinagre há 5 anos. Eu tô nesse movimento há um tempo, só que a coisa das mãos veio com a cerâmica e aí faz um tempo que eu comecei a me interessar em estudar isso. [...] Bem, é isso. Eu tô nesse caminho de mãos.”

A vida de funcionária pública foi apontada por Camélia e Deise como a fonte de estresse que impulsionou o desejo de mudança. Deise tentava reencontrar um velho anseio que conheceu quando cursava química: “Eu também sou funcionária pública e comecei a manifestar essa transformação querendo transformar a vida, sair, mudar... E daí o curso surgiu pra mim também pela internet. E eu senti que tava ali, que precisava fazer e estava manifestando isso...E resolvi vir para tentar essa transformação”. Já Camélia começou a conhecer o universo por meio de uma amiga durante a depressão,

“eu sou atriz, funcionária pública e sou formada em psicologia, mas não atuo na área. Estou buscando agora uma mudança de carreira porque a vida como servidora pública está me enlouquecendo. Então depois que eu tive uma depressão séria no trabalho e uma amiga me indicou várias coisinhas, várias essências... ‘Bota uma gotinha de óleo essencial de lavanda no seu travesseiro’.. Várias coisas que vão dando certo, mais do que antidepressivo ou qualquer coisa assim. E aí isso me despertou muito uma curiosidade e

uma vontade de retomar aquilo que aprendi lá na psicologia. Não com a clínica, eu queria uma visão mais holística e eu acho que posso começar por aí. É um caminho que estou buscando.”

Já Maia e Hortênciã ingressaram na vida natural por meio da alimentação saudável. A primeira, buscando coisas novas “estou buscando coisas novas para mim, coisas que tenham a ver comigo.”. Já a segunda, por influência da mãe: “na minha casa sempre foi alimentação natural. Desde sempre. Esse é o normal para mim. Sempre tive uma tendência ao consumo de produtos naturais, com a minha mãe.” Após um período trabalhando como bióloga em Manaus, voltou para o Rio e começou a trabalhar como chefe de cozinha, preparando comida saudável congelada. Recentemente, vendeu sua parte do negócio e foi então que decidiu virar a chave:

“há duas semanas que eu tô livre, desempregada, de férias. Então eu tô querendo me aprofundar em outras áreas. Vim porque quero para uso pessoal. Quero mudar a minha vida. Eu e meu namorado a gente está nesse movimento de sair do Rio. Já fomos visitar um sítio. A gente está começando a querer fazer essa transição. A gente está acreditando muito nesse estilo de vida. Acho que o curso vai combinar muito com esse momento que estou vivendo.”

Para Violeta e Rosa, foi a maternidade o principal motivador. Rosa buscava mudar a rotina e se sentir segura como conta enquanto segura sua filha de poucos meses que a acompanhava na aula. Violeta conheceu o curso por um grupo de mães, “mães mais alternativas que se ajudam.”. A designer de interiores se sentia frustrada em não poder ajudar mais os dois filhos e não queria mais dar “tanta química” para eles:

“eu busquei a aromaterapia depois que eu fui mãe. Você vai no médico, é um monte de pomada, um monte de coisas. Nada resolve e eu quero achar uma coisa alternativa que eu possa ajudar meus filhos. Porque é tanta química, tanta coisa, que uma hora não dá. A criança reage de outra maneira, contra aquilo. Aí eu tô buscando o que eu posso fazer pra eles e por eles. E pra mim também. [...] A gente tenta ao máximo não dar química para eles”.

Fernanda demonstra total compreensão desse momento difícil que Violeta está passando. Como alguém que já passou por essa frustração e agora tem mais autonomia no cuidado de seus filhos, Fê acredita que a aromaterapia é também uma forma de empoderamento materno: “aromaterapia é também química, alopática. Mas realmente é uma ferramenta de autocuidado e de empoderamento como mãe. Eu posso falar que também sei cuidar do meu filho. Não é só delegar a um profissional. A gente pode trabalhar em parceria com os profissionais médicos”. Observamos a desmistificação do médico como o provedor de saúde através do empoderamento do cuidado próprio e da família. O médico cuida é da doença como aponta Fernanda, a saúde é com o indivíduo.

Mas Violeta aponta que o problema não está só nos profissionais, a família também exerce um peso nas decisões que envolvem o cuidado das crianças: “mas tem que impor isso dentro da família. A minha mãe, por ela, minha filha bebia Coca-Cola o dia inteiro”. Mais uma vez Fernanda tenta indicar uma saída, “a gente tem que se fortalecer entre a gente. Na família, todo mundo vai querer brigar”.

Em *O mal-estar na civilização*, Freud (2011 [1930]) traz uma crítica aos falsos padrões de avaliação e aponta o mundo humano e sua vida mental como diverso. A valorização de poder, sucesso e riqueza em si e nos outros pode ser fonte de frustrações, uma vez que não há um bem universal e absoluto. “Não há, aqui, um conselho válido para todos; cada um tem que descobrir a sua maneira particular de ser feliz” (Freud, 2011 [1930], p. 28). Nos relatos observamos a predominância de insatisfação com o trabalho e com um modo de vida pautado justamente no sucesso, no poder e na riqueza. O valor da vida se mostrou de fato diverso. Elas buscam relações humanas, autoconhecimento e o que lhes dá prazer individualmente. A visão pessimista do autor aponta a felicidade como uma sensação momentânea de intenso prazer em contraposição ao sofrimento, esse sim seria o verdadeiro núcleo do mundo: “aquilo a que chamamos ‘felicidade’, no sentido mais restrito, vem da satisfação repentina de necessidades altamente represadas, e por sua natureza é possível apenas como fenômeno episódico” (Freud, 2011 [1930], p. 20).

Dessa forma, ainda que procurando o valor na vida individualmente, elas vêm de um período de insatisfação que será momentaneamente interrompido pela realização de desejos reprimidos até que surjam novas necessidades. Fernanda corrobora para esse estado contínuo de busca ao refletir sobre a vida natural não como um final em que você alcança, mas um mundo de novidades: “por mais que que esteja nessa vida de viver naturalmente há 4 anos, é um processo de aprendizagem diário. Você acha que chegou lá e não. Cada dia tem uma coisa nova e a gente tem que parar de se cobrar”.

A pressão dos amigos, familiares e conhecidos é compartilhada como dificuldades pelas participantes: “a gente tenta, mas... Não que a gente super se importe com a opinião das pessoas, mas as pessoas ficam né? ‘Ah, já vem a Flora com essa doideira dela. Não é?’”. Enquanto Flora divide a angústia de ser repreendida, outra aluna diz que sente o mesmo em seu ambiente de trabalho. Então ela continua: “as pessoas ficam, ‘Ah, você é bruxinha’. Elas não acreditam, ficam te pressionando” reclama. Silvia descreve então que se sente pressionada a mudar pelas pessoas que ficam “tentando me convencer a sair disso”. Fernanda traz, então, uma perspectiva positiva,

“mas em algum momento elas vão vir e nós somos os instigadores dessa conexão. De alguma forma a gente tá ali, tá incomodando”. Flora responde “é isso aí, elas se incomodam”. Iolanda conta que seus próprios filhos não entendem: “eu tenho 3 filhos adultos. E aí é muito engraçado. Ontem tava conversando e meu filho soltou ‘detesto esse pessoal abraçador de árvore’ (todas riem). ‘Sua mãe é uma abraçadora de árvore’, aí ele olhou ‘como assim?’. Aí eu ‘cara, quer mais abraçadora de árvore que a sua mãe?’” E complementa: “abraçar árvore é maravilhoso”. Fê explica que nem todos possuem o mesmo tempo de mudança e que elas devem compreender o tempo do outro. Iolanda complementa: “a gente tá num processo contra hegemônico, e a gente tem que encarar isso”. Flora revela: “eu já escutei muita piada, mas quando elas começam a ver a nossa vida melhorar, a nossa transformação, elas querem seguir esse caminho”. Fernanda concorda, “é, elas querem saber o que você tá fazendo”.

Os depoimentos revelam como o consumo pode ser uma estratégia para marcar um estilo de vida ou uma identidade por esse grupo social em seu cotidiano, tal como apontam Barbosa e Campbell (2013). Canclini (1995), Apadurai (2009) e Machado (2011) também evidenciam o consumo como lócus de contradições sociais e como um meio para se integrar, aproximar ou se diferenciar. Nesse sentido, é possível observar como elas estabelecem em conjunto relações sociais através da criação de um universo de valores da “vida natural” e demarcam seu lugar no mundo. As sinergias de óleos, os colares aromatizadores, as misturinhas e todo seu sistema de significações comunicam um estilo de vida contra hegemônico cujas premissas são o contato com a natureza, o cuidado integral do corpo e o resgate de costumes, como explica Fernanda:

É o *slow beauty*, é a beleza verde, é essa conexão com a Mãe Natureza. É trazer essa riqueza da Mãe Natureza para nossa vida, nosso dia-a-dia. No cuidado com a nossa pele, com nossas emoções. Resgate de como nossos ancestrais faziam. Valorizar os ingredientes da natureza que cuidam do nosso corpo, do nosso ser como um todo através dessas moléculas aromáticas quem têm nos óleos essenciais.

Concebendo o curso como um rito de passagem para a “vida natural”, observamos o quanto os depoimentos ajudam no deslocamento e na demarcação da separação de uma vida prévia em relação ao novo estágio. Van Gennep (2011[1909]) aponta os ritos de passagem como inerentes à vida social, esta consistiria em uma sucessão de etapas. Para Rodrigues (1982), eles são capazes de revelar contradições e problemas sociais. Mais do que questões individuais que eles possam sanar, interessa o caráter coletivo das soluções. Nesse sentido, o conteúdo latente revela uma busca pela

liberdade feminina e um reencontro com a sua essência. Seja através do resgate ancestral, seja por meio da conexão com a natureza.

Observamos que os bens são utilizados para se relacionar e pertencer a essa comunidade que estabelece conexão com a natureza, resgata os costumes ancestrais e tem a visão holística do cuidado com o corpo. Ou seja, o desejo não é o objeto em si e sim as relações sociais que eles mediam, como Douglas e Isherwood (2013) revelam. Suas práticas aparentemente mundanas encobrem uma inversão na relação entre natureza e ser humano. Ainda que a Mãe Natureza seja vista como provedora dos materiais, ela é também fonte da vida e de energia. A comunidade não tem domínio sobre ela nem o busca, ao contrário, pede e agradece por cada gota de óleo que dela vem. Recarregam as próprias energias e dos cristais através do sol e do contato com a natureza em rios, cachoeiras ou florestas.

As propriedades dos bens retirados da natureza são essenciais para a vida humana e, portanto, dependemos da natureza e a ela devemos nossas vidas. O psicoaroma dos óleos, por exemplo, é capaz de cuidar do corpo, da alma e das emoções. Evidências dessas significações estão espalhadas nos diversos trechos e elementos que compõem o curso: na capa de livros repletos de flores, minerais, frutos etc; na recomendação de observar a procedência dos produtos e o cuidado dos produtores com a colheita; e as próprias flores, cristais e vela na mesa.

No que tange à retomada da ancestralidade, observamos o uso dos panos das *abuelas* peruanas na decoração, o fazer artesanal dos cosméticos, “essa coisa de fazer com as mãos” como diz Fernanda, e a identidade de bruxa que elas assumem. Durante todo o curso e nas conversas nos grupos do WhatsApp, elas falam sobre suas alquimias e o quanto isso as aproxima das bruxas que foram queimadas nas fogueiras. Ao falar sobre a situação política conturbada no período de eleições, Iolanda diz que se determinado candidato for eleito, é provável que elas sejam queimadas, perseguidas ou proibidas de fazer suas misturinhas. A ancestralidade está ligada ao feminino e à resistência da mulher através do empoderamento de seu cuidado e da liberdade dos padrões impostos socialmente. As bruxas de hoje fazem suas alquimias compreendendo o próprio corpo e utilizando o que sentem ser necessário. Jasmin resume em um texto publicado no Facebook o sentimento de bruxa presente na comunidade (Figura 7):

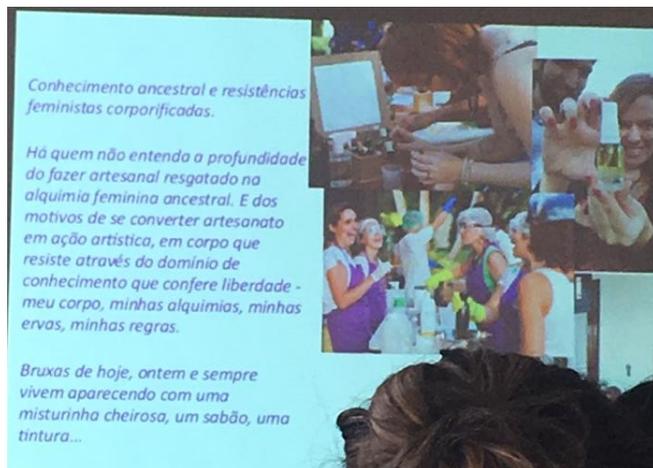


Figura 7: Texto publicado no Facebook a respeito da atmosfera bruxesca da comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Autoria própria

Autores como Douglas (1970), Turner (1994) e Mauss (2003) reconhecem os significados simbólicos do corpo. Isto é, ele reflete valores, culturas e faz parte das ferramentas para socialização. Nesse sentido, podemos compreender as expressões de liberdade e resistência que essas mulheres conferem ao corpo. Reicher e Koo (2004) apontam essa estrutura física como território para articulação de dissidência; mais do que reproduzir valores hegemônicos, eles servem à transformação.

Antes de iniciar a aula, mais um ritual. Fernanda apresenta dois óleos essenciais, o de lavanda para relaxar e o de alecrim para concentrar. Cada aluna deve escolher um deles e realizar a respiração 478. Pinga uma gota de óleo sobre a palma da mão e esfrega uma na outra. Em seguida, leva as mãos próximas ao nariz, fecha os olhos e inspira por 4 segundos, segura o ar até o 7º segundo e, no 8º, retira as mãos e expira. Para finalizar, Fernanda aconselha escrever sobre a experiência em um papel. A escolha pelo óleo de alecrim foi unânime, todas buscavam concentração, “ninguém quer relaxar, todo mundo quer ficar ligado”, comenta uma aluna. O barulho que antes era de pássaros cantando e alguns latidos, agora era abafado pelo esfregar de mãos, logo interrompido pelo silêncio de quem busca compreender a experiência (Figura 8).

Enquanto o frasco de óleo passa de mão em mão, observo que muitas encontram dificuldade em escrever de primeira o que sentem após a inalação, portanto, levam novamente as mãos ao nariz repetindo todo o ritual. Olham para um lado e para o outro como quem busca uma resposta e depois anotam suas impressões. À essa altura, o cheiro de óleo de alecrim, bem diferente daquele quando colhemos a planta no jardim, já tomara a sala. Fernanda explica que essa fase do curso é empirista,

para pensar sobre o que o cheiro traz emocionalmente, uma vez que o “psicoaroma” apontado inicialmente, ou seja, as emoções que ele provoca, podem ser diferentes de pessoa para pessoa.



Figura 8: Respiração 478 durante curso de aromaterapia da comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Autoria própria

Quando chega minha vez, escolho o óleo de alecrim, “preciso de concentração para captar os detalhes dessa imersão no campo”, penso. Em seguida, pingo uma gota e esfrego uma mão na outra. Fecho os olhos, inspiro por 4 segundos. Não reconheço o cheiro apesar de ter um pé de alecrim em casa e usá-lo frequentemente para cozinhar. Prendo a respiração até o 7º segundo. Depois, afasto as mãos, expiro e abro os olhos. Como as outras alunas, não consegui captar o psicoaroma, preciso realizar novamente o ritual. Mais uma vez esfrego as palmas da mão e dessa vez sinto um calor nelas. Atribuo ao óleo, mas logo retomo meu lado racional ligando o calor ao atrito. Inspiro por 4 segundos e sinto uma certa refrescância, como se inalasse um Vick Vaporub®. Parece desobstruir minhas vias aéreas. Seguro a respiração até o sétimo segundo e, em seguida, expiro. Ainda não estou certa, mas diria que me trouxe uma sensação de relaxamento, calma e tranquilidade. Refaço o ritual e confirmo minhas suspeitas. Ao consultar a tabela de indicação psíquica e emocional, encontro a seguinte explicação: “óleo essencial do estudante. Estimula a memória, revigora, alegria, anima, combate a letargia mental, o cansaço físico, antidepressivo, prepara a mente e o corpo para o dia-a-dia”.

Na segunda turma, a respiração 478 foi substituída pela fitinha olfativa, aquelas fitas que são distribuídas em lojas de perfume. Mais uma vez, a recomendação é para fechar os olhos e sentir o aroma estimulando apenas um sentido, o olfato.

“Antes de adivinhar que cheiro é esse... Parece com alguma fruta, alguma plantinha? Tenta sentir que emoção sai. É um cheiro agradável? Não é um cheiro agradável? Vem alguma memória? Algum lugar? Alguma pessoa? Que tipo de energia esse cheiro remete para você? Essa energia mais invisível. É um cheiro quente? Apimentado? Se a gente fosse falar dos elementos fogo, terra, água e ar, que elemento seria esse cheiro?”

Recebemos a fita sem saber que óleo continha. Todas fecham os olhos, levam a fita olfativa ao nariz e inspiram. Abrem os olhos, pensam por alguns segundos e tornam a realizar o procedimento. São muitos estímulos e questões para avaliar em apenas uma inalação. As alunas compartilham suas impressões: “para mim é um cheiro super agradável. Me remete à infância, aquela coisa de descascar e chupar a laranja. Para mim é um misto de terra com ar. É um cheiro leve, cheiro de natureza, refrescante”; “eu lembro sempre da casa da minha mãe, que minha mãe sempre fazia um bolinho de laranja a tarde. Remete à minha infância e esse cheiro me traz muita alegria [...] está muito ligado à terra, um cheiro doce. Vontade de viver e família.”; “pra mim também é um cheiro bem de terra, eu acho. É um cheiro muito alegre, e a minha primeira frase foi ‘aconchego de casa de vó’, porque é uma coisa muito bolinho, muito suco de laranja. É um abraquinho.”; “a primeira coisa que pensei foi a energia solar, remete à essa alegria do sol. [...] mato fresco, natureza, aconchego, que é o que a gente vai sempre voltar, o que a gente conecta”; “cheiro agradável, limpeza, frescor, manhã ensolarada, leveza. Pensei muito em energia, mas também em tranquilidade.”; “a primeira coisa que veio foi limpeza total. Depois eu fui trabalhando isso dentro de mim... Limpeza total? Porque eu senti muito na parte superior. Joguei para dentro, joguei para fora e aí limpou”. Muitos depoimentos levantam a questão do cuidado, da mãe ou da avó e infância ligada ao aroma. Esse óleo evocou muitas memórias e estampou a sala de sorrisos. Fê e Alcir apontam que os relatos estavam próximos ao que dizem os estudos sobre o óleo “você pega qualquer livro e vai ser exatamente o que vocês falaram: sol, alegria, infância. Impressionante”.

Antes de saber de qual óleo se tratava, surgiram palpites. A turma se dividiu entre laranja, tangerina e limão. Fernanda revela que se tratava de óleo de tangerina. Em seguida, compartilha suas impressões: “a tangerina trabalha numa escala de limpeza energética, sabe?”. Uma das alunas diz que o cheiro lembrou o Mr. Músculo® e arrancou risadas das demais. Então Fernanda explica que o limoneno, um dos principais componentes dos óleos cítricos, entre eles o de tangerina e o de laranja, é bom para tirar gordura, “tem pesquisas que falam isso”, complementa, trazendo um discurso de autoridade e recorrendo à ciência. Em seguida, recomenda o uso da tangerina para retirar gordura do fogão. Uma aluna comenta: “eu faço muito isso, bato casca de cítricos e pego a

água para desgordurar fogão, pia”. Todas ficam animadas com a dica e começam a pedir mais informações. São interrompidas então por uma delas:

“é impressionante como a gente se poda. Quando eu falei limpeza total eu até escrevi assim, minha mãe. Só que na verdade eu lembrei da minha mãe limpando a cozinha, só que eu fiquei assim, cara não vou falar isso, fiquei com vergonha. Eu pensei em panela, em umas coisas muito loucas assim. Que eu não consegui falar limpeza total. Aí eu lembrei da minha mãe, mas não lembrei da minha mãe naquela coisa assim. Eu lembrei da minha mãe limpando a cozinha, mas é óbvio que eu não vou falar isso. Óbvio!”.

Em meio a tantos depoimentos lembrando carinho e aconchego compartilhados por algumas, compreende-se o motivo da autocensura. No entanto, essa lembrança não é por acaso. Muitos produtos de limpeza, em especial aqueles para cozinha, utilizam aroma cítrico e elas, inclusive, mencionaram alguns. Por esse motivo, suas memórias olfativas do cítrico podem estar ligadas à limpeza e a esses momentos não tão alegres como um almoço de domingo no sítio ou o bolinho da avó.

Após o ritual, Fernanda e Alcir falam sobre como será o curso e explicam os demais passos do ritual de passagem para uma vida natural e para entrar na comunidade. Enquanto o primeiro dia é dedicado ao estudo teórico – conhecendo o universo mágico, as ferramentas, os materiais, as condições de tempo e lugar, os ritos de entrada, orais e de saída, as prescrições, as recomendações e as restrições – o segundo foca na parte empírica e tudo que envolve a arte de fazer o cosmético – para quem será, o que se pretende, modo de aplicação, os ingredientes mais adequados, os frascos e, finalmente, o resultado.

“O dia de hoje vai ser bastante teoria pra amanhã na prática das oficinas vocês estarem realmente com esse conhecimento na veia. Pra poder colocar em prática com segurança, com sustentação de conhecimento. Então a gente vai falar basicamente de aromaterapia, de óleo essencial, de aplicação... A gente vai sentir o cheiro dos óleos. E amanhã a gente tem 3 oficinas assim que chega de manhã, bem cedo. São oficinas individuais. Cada uma vai fazer seu fluído corporal, seu spray de ambiente e seu fluído de limpeza. De tarde (hoje), depois do almoço a gente fala de óleo vegetal, experimenta 5 óleos vegetais, 2 manteigas. Aí a gente faz uma prática conjunta de pomada, manteiga corporal e balm labial.”

Fernanda inicia a parte teórica falando sobre a origem do movimento *slow beauty* “para poder conceituar essa coisa de fazer com as mãos, de fazer em casa”. Ele é uma ampliação do *slow food*, que começou na Itália com a abertura de um McDonald’s em uma rua de restaurantes “que os italianos têm essa coisa muito forte de fazer a comida com as mãos. Então chegar um *fast food* ali, rolou um panelaço, bater panela. Uma reviravolta lá”. Fernanda explica que os Estados Unidos “que têm esse apelo comercial tão forte de comércio, de industrialização de produto” se

aproveitaram da busca por produtos mais naturais, para vender em outros setores, como o de beleza. Lá, “você tem barra de sabonete natural tipo pedaço de queijo que você corta e compra. Tem de tudo mesmo, desde o mais bizarro, cheio de parabeno, ao mais natural. Foi nos Estados Unidos que começou esse movimento de *slow beauty* que é beleza devagar. Beleza lenta, de fazer com muito cuidado”. A aromaterapeuta observa que não há uma preocupação ou identificação com o movimento, e sim um apelo comercial diante da oportunidade. No entanto, acredita ser algo bom, trazendo opções para quem deseja mudar de vida.

Surge, então, uma questão delicada: a legislação. Enquanto no Brasil não há uma regulamentação que permita fazer cosméticos artesanalmente para venda, “fazer creme e vender não pode, então a gente faz uma coisa mais entre amigos, família”, ela explica. Nos Estados Unidos, eles são permitidos e comercializados em supermercados, “não se tem essa questão da legislação absurda como é aqui”. O debate é tão profundo que fez parte de diversas discussões no grupo do WhatsApp. Lilian, por exemplo, compartilhou uma publicação no Facebook da Anvisa, Agência Nacional de Vigilância Sanitária, (Figura 9) dizendo: “trago triste notícia que a perseguição aos artesãos de cosméticos naturais continua pela Anvisa sem rever a legislação para adequar aos artesanais... Tempos sombrios esses...”. Maia se revolta com a exposição da marca que ela há pouco conheceu “Putz, que absurdo, que exposição horrível, como se fosse criminosa. Conheci a Jacó nesse final de semana e é ótima!!!!”.



Figura 9: Publicação da Anvisa no Facebook sobre proibição de uso de produtos naturais compartilhada no grupo

Fonte: Printscreen da publicação no Facebook

Como veremos adiante, a proximidade entre os consumidores e as marcas artesanais, conhecer o produtor, aquele que com as próprias mãos prepara o creme, o sabonete ou o sérum, é uma questão muito importante para elas. É justamente essa relação mais pessoal e afetiva que confere a confiança e a garantia de qualidade. Diante da publicação, Magnólia sugere que a comunidade se una para elaborar um projeto de lei: “agora é hora de encontrar deputados que votamos e pedir uma reunião pra ser apresentado um projeto de lei, qualquer uma de nós pode montar um projeto de lei e apresentar na câmara para que entre em pauta a discussão”. Ela sugere buscar um deputado que frequente a feira em que vendem seus cosméticos “o Freixo tá sempre ali comendo pastel em dia de feira da Glória quando tem Colmeia”. A proposta é bem aceita “esse dá pra dialogar lindamente. Vamos redigir e marcar de falar com ele?” propõe Margarida. No entanto, o projeto não vai para frente e, dois meses depois, ainda não tinha saído da conversa do grupo. Nos comentários da publicação, meninas demonstram preocupação com cosméticos industrializados (Figura 10) que possuem conservantes e elementos sintéticos. Reclamam da legislação (Figuras 10 e 11), da exposição da artesã em questão e defendem os produtores de cosméticos artesanais.

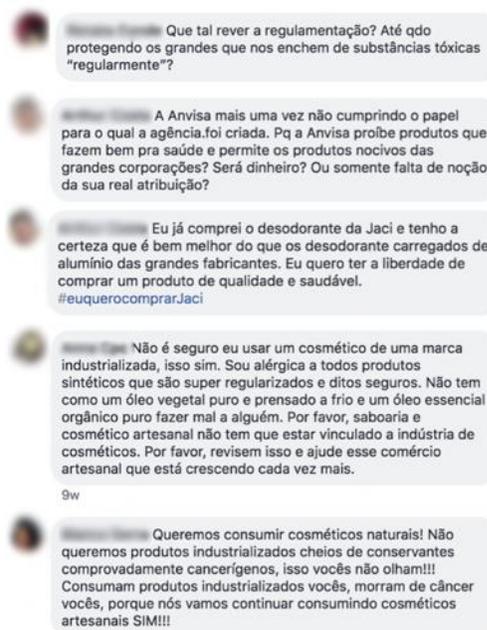


Figura 10: Comentários sobre a preocupação com cosméticos industrializados na publicação da Anvisa

Fonte: Printscreen da publicação no Facebook

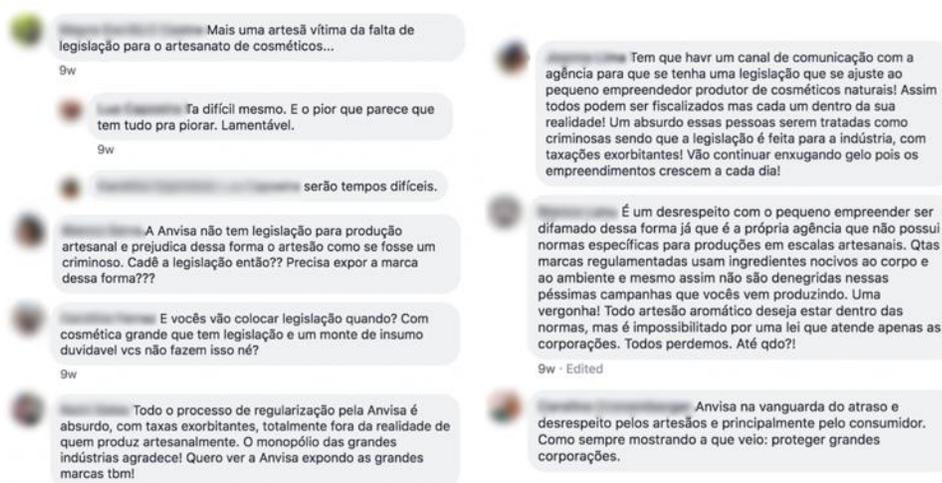


Figura 11: Comentários sobre a legislação na publicação da Anvisa

Fonte: Printscreen da publicação no Facebook

Para além da legislação, Fernanda explica que o movimento “se relaciona com o corpo físico, emocional e energético. Não é só olhar a partir de uma forma cartesiana de ver. O *slow beauty* é olhar para o todo do ser humano”. Novamente ela retoma a questão manual e artesanal presente na comunidade, contrapondo à vida conturbada e corrida que muitas relataram ter: “é resgatar, fazer à mão. Requer tempo, não é nenhum passe de mágica, pá. A gente precisa se dedicar e colocar uma intenção naquilo. E é o que a gente precisa hoje, desacelerar um pouco”. A ancestralidade, o cuidado holístico e a conexão com a natureza também são questões importantes para o movimento. Mais uma vez Fê enfatiza essa relação de dependência dos elementos naturais como essenciais para o emocional, o físico, o espiritual e o vibracional:

“de trazer esse resgate ancestral de como era feito pelos nossos antepassados. O cuidado com a nossa pele, não só com a pele, isso que reveste a nossa vida, esse corpo que faz com que a gente possa viver. Mas também um cuidado com todo o nosso ser. Os antigos usavam produtos naturais, da floresta. Os elementos da floresta têm princípios ativos que cuidam dos nossos espíritos, do nosso emocional, do nosso espiritual, do nosso vibracional, do nosso energético. Porque eles são ricos em óleos essenciais, em elementos da natureza. Então, a gente usa o óleo essencial como princípio ativo. É resgatar mesmo essa raiz, essa origem. É para isso que a gente está aqui hoje”.

Esse complexo sistema de significações envolve rituais íntimos e relações sociais que giram em torno de comprar os ingredientes, fazer os cosméticos, utilizá-los e compartilhar com a comunidade. Como aponta Peiss (2011), essa cultura da beleza faz parte da vida cotidiana e da experiência social dessas mulheres. Uma etapa importante desse processo é a escolha dos ingredientes. A origem dos produtos e com quem se compra são aspectos fundamentais para essa

comunidade. Se, ao explicar suas motivações para mudar, Fernanda apontou a humanização das relações comerciais, ela já indicava a proximidade necessária para a troca. Tão importante quanto a ancestralidade, o cuidado holístico e a conexão com a natureza, o posicionamento diante do consumo é ressaltado:

“então a beleza verde não se relaciona com a estética do corpo físico, mas também com a consciência de escolhas. Então também tem essa questão do posicionamento, por mais que a gente esteja comprando um óleo essencial, ‘ah, beleza, é natural’, mas daonde que vem esse óleo essencial? Vou pegar o exemplo do óleo de olíbano. Eu amo ter na minha caixinha, uso, mas eu fico muito preocupada. O olíbano foi para a Fátima Bernardes, alguém levou. E poxa, daqui a pouco está todo mundo usando. Então como é essa extração do óleo essencial de olíbano? Ele vem da África. As pessoas estão se matando para extrair, a galera morrendo de fome. Tá vendo que vende na Europa, na América. Então é muito forte isso. É uma árvore muito antiga que dá uma resina. Você corta o meio do tronco, ela chora um pouquinho, chora de amor, ou não, dependendo de como isso é feito. E ela sai uma resina que você extrai. E se isso for tirado sem uma consciência, de qualquer forma, pode acabar com o olíbano do mundo, sabe? E é uma árvore que é nativa, não é uma produção em escala. Ela tá há tipo, muitos milhões de anos. Por que então não usar o breu que tem as mesmas propriedades e é daqui do Brasil? Então tem que ter essa consciência de posicionamento. Quando você escolhe uma marca de óleo essencial para comprar, quem é o dono dessa marca? Ninguém faz óleo essencial, na verdade todo mundo compra. Poucas têm a produção, às vezes tem uma. Mas pela variedade de 50 óleos essenciais é comprado de produtores. Então quem são esses produtores? É claro que não tem como a gente saber de tudo, mas quanto mais a gente souber, melhor”.

Observamos que o comportamento dessas consumidoras não é irracional e motivado apenas pelo objeto. Pelo contrário, suas escolhas são pautadas em princípios ideológicos e elas participam ativamente na apropriação de bens, pensando, escolhendo e reelaborando o sentido social (CANCLINI, 1995). Optar por um óleo com efeitos similares de uma planta nacional a um trazido da África com todo o imaginário que envolve a extração e esse continente é, à sua maneira, exercer cidadania. Essa consciência também está na relação de comércio justo que elas buscam. Muitas reclamam da forma agressiva com que determinadas marcas de produtos naturais atuam, sem considerar a luta que elas passaram para estar naquele lugar. Nesse sentido, elas afirmam preferir comprar de quem faz, de quem conhecem e de quem passou pela mesma “luta”. É a busca pela proximidade com o produtor que a polêmica com a publicação da Anvisa já indicava.

O simbolismo que determinados territórios ou características trazem para cada um fazem parte da racionalidade por trás do processo decisório, por exemplo, a escolha de algumas por produtores baianos pelo carinho e significado do lugar, ou comprar de mães empreendedoras por se identificar. Conforme supracitado, a maternidade é um aspecto importante para muitas e saber

que o dinheiro que elas estão gastando está indo para “ajudar aquela família” traz uma sensação de conforto e importância a elas que seria impossível de se alcançar com alguém que não se conhece.

Então, Fernanda resume, o *slow beauty* “faz com que a gente se relacione comercialmente com escolhas que fazem sentido para a gente. Só para resumir que vai além de fazer cosmético. Quem somos nós? Consumidor tem muito poder”. Uma aluna questiona, então, a quantidade de rosas necessária para extrair o óleo essencial, são 500 quilos de pétalas. Ela propõe comprar somente em extrema necessidade e usar de forma racional. Nesse sentido, o movimento entende o impacto de suas escolhas no meio ambiente e nas relações sociais. Isso somado à conexão e ao novo vínculo que elas estabelecem com a natureza, indica uma cultura consciente, cujo consumo não se baseia somente na identificação pessoal. A produção da identidade se dá também por meio da cidadania e da gama de valores envolvidos no processo de escolha.

O consumo consciente se baseia também na criação de vilões e do medo. Ao retomar o cuidado holístico com o corpo, observamos que o objetivo em consumir cosmético não está ligado somente à beleza estática, mas ao cuidado com a saúde. O sérum facial é para deixar a pele saudável, o creme com óleos essenciais é para o cuidado diário, o bálsamo labial para hidratação. Ainda que esses aspectos estejam ligados a padrões estéticos e presentes nos rótulos dos produtos industrializados, o apelo na comunidade é sempre o da saúde e nunca da beleza. Elas consomem porque “faz bem para o corpo e para a alma”.

Dessa forma, os vilões atuam justamente no caminho oposto, eles são um risco para a saúde. Ou seja, a eficácia dos produtos pode ser a mesma, mas o “natural” faz bem para a saúde e o industrializado faz mal: “pretende preservar a qualidade dos produtos de beleza e cuidado com a pele sem comprometer a saúde com ingredientes sintéticos e agressivos”. E como fugir dos perigos? Aprendendo a ler o rótulo e saber o que procurar. Os critérios de qualidade que devem ser olhados no rótulo são a procedência, o método de extração, a embalagem, a estocagem e a sustentabilidade (Figura 12). Esses são apenas aqueles que devem ser buscados no rótulo do produto, há também os critérios mencionados anteriormente como identificação com o produtor, proximidade, comércio justo, entre outros.

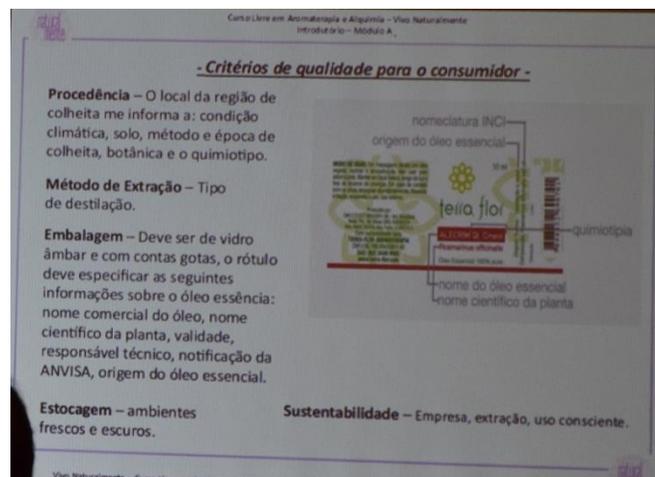


Figura 12: Critérios de qualidade a serem analisados nos rótulos de produtos naturais
Fonte: Autoria própria

Nesse ponto observamos dois mitos fundamentais para a comunidade e que estão ligados, o da saúde e o do natural. Antes de nos aprofundarmos, é preciso lembrar que os mitos são construídos, alterados e desfeitos no tempo e no espaço, afetam determinados grupos e não outros (BARTHES, 1999). Dessa forma, compreenderemos o que a saúde e o natural significam para essas pessoas. Retomemos agora a questão da saúde. Conforme abordamos anteriormente, há uma busca pelo cuidado “holístico”, compreendendo todas as esferas que compõem a saúde, são elas: a alimentação com os orgânicos, crus, integrais, não processados e com pouco ou nada de origem animal; o cuidado físico com os produtos que elas fazem, boas noites de sono, ingestão de água e prática de esportes; e o emocional ou vibracional e do espírito com a harmonia e conexão com a natureza, a identificação com as pessoas com quem se relaciona, vínculo com os ancestrais por meio das práticas e as sensações promovidas pelos princípios ativos dos produtos, entre eles a alegria do óleo de tangerina e o relaxamento do óleo de lavanda. Dessa maneira, elas buscam o cuidado com a saúde sendo esse um mito do todo que envolve o ser humano e expressa um ponto de vista, produz insegurança e medo, demarcando um limite.

O controle e o poder são exercidos por meio da criação de vilões que são capazes de perturbar a harmonia desse todo que é a saúde. Fernanda pergunta então “quem é o grande vilão dos cosméticos industriais” e todas respondem juntas “parabenos”. Para validar usa-se o discurso de autoridade da ciência, “os parabenos são encontrados em pesquisas por proliferar câncer, moléculas cancerígenas. O uso de parabenos ao longo do tempo pode gerar uma doença. Outro vilão é o BHP que é também preocupante. O uso dele já é proibido em comida. Que mais que tem

de produto químico ruim, vilão?”. E elenca os três principais “BHP... parabeno... os formaldeídos também”. Se Rodrigues (1979) aponta o mito por trás dos procedimentos de higiene como forma de afastar os perigos da saúde eliminando bactérias, para essa comunidade, cuja concepção de saúde não está ligada à imunidade de germes patogênicos, mas aos domínios que a compõem, é preciso afastar os perigos que os químicos sintéticos e industrializados representam. A ciência evocada como comprovação dos perigos, alerta para as doenças e câncer que esses elementos podem provocar. A solução? Buscar produtos e alimentos “naturais”.

O segundo mito fundamental para o grupo visa trazer a segurança para manutenção da saúde. Utilizado diversas vezes e nos mais diferentes contextos, a palavra natural parece fazer oposição ao que é químico, sintético e industrializado. Aquilo que vem diretamente da Mãe Natureza: “tudo que não está na natureza, o corpo não consegue lidar, então você pega um corante artificial você colocar na pele ou ingerir, o corpo fica doído. Porque não existe na natureza”. A indústria é uma entidade que não parece prezar pelo consumidor, mas em aumentar a margem de lucro e, portanto, usa ingredientes nocivos para compor seus produtos. A quantidade de ingredientes exacerbada também é mencionada como um problema “bota silicone, um monte de coisa para chegar na textura, mas assim... é horrível. Você pega um hidratante natural, cara, é manteiga, óleo e água. E o emulsificante vegetal que já tem no mercado retirado da oliva, então é óleo, né? Emulsificante é o que junta água com óleo, né?”.

De fato, as palavras dão medo, câncer, sequestrante, sintético, conservante. Então eles explicam a diferença: “pode estragar? Pode. Mas que bom que pode estragar”. Para resumir, “tudo que for químico, não for natural, tende a fazer mal para saúde”. No entanto, recordo que falaram em “elementos químicos” dos óleos essenciais e o quanto os domínios natural e sintético são marcados e necessitam de conexões feitas por meio de outros mitos. No que tange o uso de conservantes, Fernanda explica “a gente tem um que a gente usa para creme. Tem um que é bensoato de sódio que é feito em laboratório, mas também nem tudo que é feito em laboratório é do mal. Não são todos”. Mas o que é preciso para passar de um domínio para o outro sem contaminar, sem se expor ao perigo? Alcir responde que para entrar no território do natural, é preciso ter um certificado que ateste:

“se a gente não usar o conservante, como ele tem água, estraga. Mas é um conservante que passa na ECOCERT, que é a certificadora de cosmético. Tem conservantes e conservantes. Alguns são venenosos, cancerígenos, outros já são mais tranquilos. E a gente já tem isso disponível no mercado. É só ter esse cuidado. Mas a indústria está começando porque ela tá perdendo uma fatia de mercado. Aí começa como? ‘Ah isso aqui

tem não sei o que, tem karité’, uma fração minúscula, né? ‘Não tem parabeno’, que tá uma grande campanha. Não é verdadeiro, né? Porque eles estão sempre querendo baratear custo”.

O sintético é aquilo que é modificado ou que não existe na natureza. No entanto, ao falar dos óleos essenciais naturais mencionam a retificação de óleos. Ela é uma outra forma de passar do domínio do natural para o sintético através do mito do benefício para a saúde. Então um produto que foi modificado para, por exemplo, retirar uma molécula que faz com que a pele queime no sol, é bom. O mesmo vale para outro óleo que tem um componente tóxico para o ser humano que pode ser retirado por meio de processos químicos. No que diz respeito aos conservantes, Fernanda reconhece que não existe um natural e diz que tudo bem, “a indústria também serve para ajudar a gente e é tão pouco que se usa que não tem problema porque dar fungo também é tóxico”.

Após a exposição dessa parte teórica inicial, uma pausa para o almoço no ambiente externo. Sendo a alimentação um componente importante para a saúde, certamente essa refeição conteria elementos para nutrir a alma e o corpo. Uma feijoada vegana. No lugar dos tradicionais salgados, legumes, arroz integral, salada de folhas verdes, molho de iogurte com erva e, para beber, mate com limão e gengibre. Durante a refeição, muito elogiada por todos, as alunas sentadas em pedras e cangas no chão conversavam sobre a relação de cuidado com os animais, astrologia e a compatibilidade dos signos, ascendentes, lua, sol e casa. Astrologia faz parte do universo dessa comunidade e pauta muitas de suas ações. Durante o eclipse lunar que ocorreu no dia 27 de julho, muitas recomendaram mentalizar o que se desejava realizar, isso porque ele descortinaria aspectos inconscientes, especialmente na ocasião, quando a “lua está conjunta à Marte retrógrada em Aquário – [acentuando] a revolução, a rebeldia, a surpresa, o imprevisto, a urgência, tudo de forma bastante inconsciente e inconsequente”. Ou seja, essa posição dos astros indica uma repetição de comportamentos que deveriam ser abolidos, especialmente com “Urano quadro Sol e Lua”. No entanto, o eclipse representa um momento de fechar ciclos, se abrir a novas oportunidades, energias, desde que seja feito com o coração e sabedoria fornecidos pelo Sol que estava em Leão.

Tal é a importância da astrologia, especialmente em épocas especiais como a do eclipse, que a comunidade, no grupo do WhatsApp, decidiu fazer uma roda de conversa presencial na feira Colmeia. No que diz respeito ao almoço, falou-se também sobre filhos e maternidade, aspecto importante e já mencionado, e sobre problemas como depressão, ansiedade e problemas com a vida cotidiana.

Após o almoço, passamos pelo ritual para conhecer as ceras e manteigas. Esse ritual envolve não somente sentir o aroma, mas a textura e consistência da cera de abelha e de carnaúba e manteiga de karité e cacau. Enquanto a primeira cera é mais utilizada, a segunda é uma opção vegana para aqueles que não consomem produtos de origem animal. Elas são mais consistentes e lembram pedras. Já as manteigas, estão inicialmente em formato sólido, mas com o contato com a mão, derretem. A manteiga de Karité já era conhecida e muitas lembraram ter produtos industrializados com ela, “menos de 1%” alerta Alcir. Eles propõem que elas conheçam a “verdadeira” manteiga de cacau. Ao contrário daquela encontrada em farmácias, ela tem um aspecto mais cremoso, um cheiro intenso de cacau e, ao passar nos lábios, fica como um óleo. Ao saberem dos benefícios, especialmente a hidratação, desses produtos para o cabelo, lábios e pele, elas começam a passar em seus próprios corpos. De imediato elas percebem a textura da manteiga de cacau e a maciez que ela provoca nos lábios. O ritual de experimentação é simples, com o dedo indicador pegam um pequeno pedaço da manteiga em estado sólido passam sobre os lábios e, para finalizar, comprimem um lábio contra o outro de fora para dentro e de um lado para o outro. Pronto, boca hidratada com a “verdadeira” manteiga de cacau.

Durante os dois dias de ritual de passagem, foram vistos 10 óleos essenciais básicos, suas origens, método de obtenção, benefícios físicos e emocionais, recomendações de uso e sinergias – melhores combinações com outros óleos. Entre eles, o de alecrim para concentração, lavanda para relaxar ou para queimaduras, tangerina para alegrar, patchouli para ressaltar outros aromas, erva-doce para aflorar o sagrado-feminino, tea tree ou melaleuca para limpeza e para saúde. No entanto, o uso desses produtos requer rituais elaborados que são cercados de mitos. Então, para encerrar o primeiro dia do ritual de passagem, uma série de recomendações e prescrições.

As chamadas vias de ação são métodos de aplicação dos produtos que trazem diferentes benefícios, são elas a olfativa, a absorção e a energética. A primeira atua no sistema nervoso central no campo da memória e do inconsciente. Ela facilita a “comunicação mente-corpo” e é a responsável por trazer as sensações de alegria, refrescância, concentração, calma e evocar memórias como o bolo de laranja na casa da avó, o produto de limpeza cítrico ou a mãe limpando a cozinha. Dessa forma, essa via de ação é recomendada caso o objetivo seja provocar alguma sensação ou retomar experiências. Seu complexo sistema de atuação é um esquema que pode gerar respostas físicas, emocionais ou mentais (Figura 13).

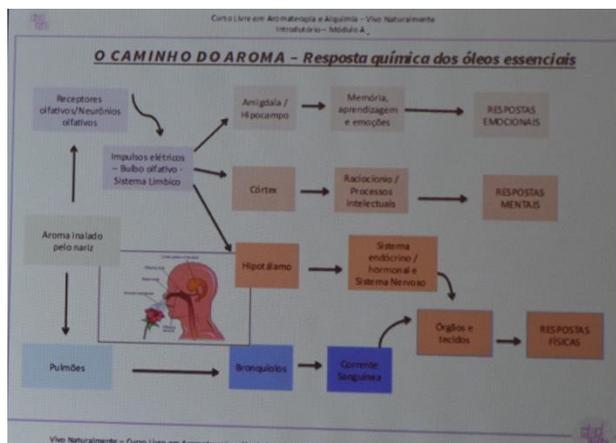


Figura 13: Sistema de atuação da via olfativa exposto no curso de aromaterapia
 Fonte: Autoria própria

Já a absorção é feita pelo maior órgão do ser humano, a pele. Antes de retratar como funciona, Fernanda explica o quanto ela nos protege dos perigos do mundo externo, radiação, micro-organismos e traumas mecânicos. Tem função excretora através do suor e possibilita sentir emoções por meio do toque. É, enfim, “a roupa que possibilita o ser humano experimentar a vida”. A última via, a energética, tem também a sua importância na produção de identidade e autodescoberta, em harmonizar todos os componentes da saúde, do nível celular à aura, e em aspectos gerais do *slow beauty* como ligar à ancestralidade (Figura 14). Para traduzir a via de ação energética, as imagens remetem aos chakras da cultura hindu, a energia feminina e a conexão com a natureza/Mãe Terra.

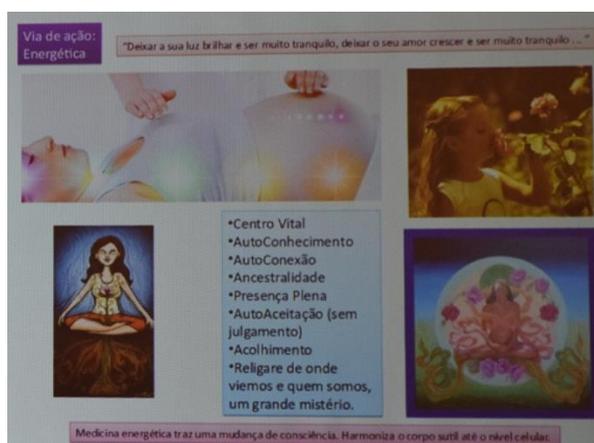


Figura 14: Explicação da via de ação energética exposta no curso de aromaterapia
 Fonte: Autoria própria

As recomendações e prescrições seguem para como aplicar. Os banhos servem para limpeza, higiene e purificação através da eliminação das toxinas, do estímulo à circulação e

relaxamento do corpo. Uma forma de banho são as compressas cujo ritual de aplicação demanda materiais específicos como fralda, algodão, toalha ou gaze. As compressas quentes são recomendadas para dores crônicas, cólicas e torcicolos. As mornas para limpeza, acnes e furúnculos. Já as frias servem para tratar queimaduras, torções, inchaço, corte ou cicatriz. Uma alternativa são os banhos por meio de escalda-pés que servem para relaxar, tratar micoses e frieiras. A aplicação também pode ser por inalação para desobstruir as vias aéreas, por sauna para limpar, fortalecer ou estimular a circulação ou por cosméticos cuja gama de benefícios e indicações varia tanto quanto as possibilidades de sinergias. Fernanda explica o poder do banho: “o banho é um momento, com óleo essencial ou não, de limpeza energética. Não só de limpeza física. Quando você tá esgotado, se quer vida nova, virar a página. A água tem esse poder, né? Esse elemento da natureza, de passagem, de fluir. O que é o batismo? É o momento de purificação”.

Após as recomendações, entram as regras e proibições que são lidos em voz alta pelas alunas. Os 14 pontos de atenção presentes na apostila incluem a proibição da ingestão de óleos essenciais, uma lista com os óleos que não podem ser utilizados durante a gestação ou amamentação, uma lista com óleos irritantes e tóxicos que devem ser usados com atenção, os que não são indicados para peles sensíveis, os que são proibidos para qualquer um, aqueles que devem ser diluídos, aqueles que não podem ser utilizados por longos períodos, a embalagem e armazenamento adequados. Essas restrições são motivadas por trazerem um desequilíbrio ao elemento físico da saúde, seja pela toxicidade, pela fotossensibilidade ou pelo desconhecimento de seus efeitos no corpo. Como são as únicas regras explícitas, Fernanda e Alcir recomendam que elas as sigam fielmente. Novamente o medo do desconhecido ou de afetar a saúde, ponto importante para o movimento, é motivador para seguir as recomendações.

Se encerra então o primeiro dia com muita teoria, óleos, ceras e manteigas experimentados. Elas saem com o conhecimento necessário para, no dia seguinte, aplicá-lo nos produtos. Sabem o que é o movimento, suas premissas, os ingredientes, instrumentos, as prescrições, as recomendações, as regras, as condições de tempo e lugar, os ritos e mitos. Na saída, todas agradecem pelo conhecimento e se juntam em grupos para dividir o Uber da volta para casa. Como no domingo tem mais, Fernanda recomenda que elas deixem suas apostilas. Nesse primeiro dia, os celulares que estavam inicialmente guardados foram tomando as mesas. No entanto, as atenções estavam voltadas para o curso e eles ficaram como acessórios, utilizados somente para fotografar slides de grande interesse. Observamos o uso de muitos termos técnicos nessa etapa e, como o

objetivo era passar o conhecimento para que elas pudessem sair com segurança e poder aplicar na próxima fase, esses termos foram explicados minuciosamente. Caso houvesse dúvidas, os professores retomavam até que todas tivessem sido sanadas.

Chegamos então à parte prática do ritual de passagem. Em ambas as turmas, o domingo estava abafado, com o céu repleto de nuvens. A animação para, finalmente, colocar a mão na massa era perceptível e o cenário estava pronto: sobre a mesa, os potinhos de óleo essencial e uma sacola de papel com três potinhos para cada aluna. A partir desse momento, os celulares começaram a aparecer e fotografar todos os detalhes. Antes, é necessário aprender sobre sinergia. Há duas escolas, a francesa e a inglesa, que trabalham com percentuais de diluição diferentes. A primeira trabalha com percentuais mais altos e chega até 10% de óleo essencial em casos emergenciais. Já a segunda, tem diluições menores, de 1 e 2% e, portanto, é mais recomendada. Como a maternidade é uma questão importante, Fernanda passa pelas diluições recomendadas para cada idade a partir de 1 mês. Alcir explica que a sinergia não é apenas a soma dos efeitos dos óleos, mas “a interação entre eles que dá um resultado extra”. Para isso, utiliza-se o conceito de notas que vem de um perfumista que era músico e se inspirou nas notas e escalas musicais. Compor sinergias é como compor uma música:

“que cheiro que aparece primeiro? Os perfumes têm muito disso. Você experimenta um perfume, tem um cheiro. Dali a meia hora tem outro cheiro. E às vezes em uma hora tem outro cheiro completamente diferente. Porque as moléculas mais voláteis vão aparecer primeiro e depois elas somem. Um exemplo prático é óleo essencial cítrico. É muito volátil. Se eu fizer uma sinergia de óleo de laranja com copaíba assim que eu passar o produto eu vou sentir o cheiro de laranja e em 15 minutos a laranja já foi toda para o ar e vai ter aquele cheirinho de madeira no fundo. Em geral. A gente trabalha com as sinergias pela questão aromática e pela questão sinérgica entre eles. A gente tem uma tabelinha aqui, mas isso é muito variável de pessoa para pessoa, com notas baixas, médias-baixas, médias, médias-altas e altas. As altas são as mais voláteis e as baixas são as mais densas e menos voláteis. E quando a gente vai fazer uma sinergia, não é necessário, mas a gente costuma pensar pela questão do aroma uma nota lá do alto, uma média e uma baixa. Isso vai deixar o aroma mais arredondado”.

Após a explicação do conceito, eles recomendam que nas “criações artísticas e terapêuticas” cada um utilize um óleo de cada nota. Mas deixam a escolha livre a depender de para quem estão fazendo. Fernanda explica que em suas composições ela gosta de brincar com partes de planta, usa um óleo de uma flor ou fruta, um óleo de tronco e um de folha, por exemplo, o óleo da casca da laranja com o óleo da folha chamado *petit grain*. Para escolher o óleo, tem o lado racional de tudo que estudaram, mas tem intuição também. Ela “é uma ferramenta forte feminina, pego essa intuição que vem do meu coração”. Dessa forma, o processo passa por duas partes do corpo, a mente e o

coração. A mesma associação é feita com as notas, a média é do coração, a alta da cabeça e a baixa do corpo.

Para ambientar a etapa de oficina de spray de ambiente, do fluido de limpeza e do óleo corporal, Fernanda coloca um samba instrumental ao fundo. Apesar de ser uma atividade individual, o que observamos foi o aflorar da coletividade. Elas experimentavam os óleos disponíveis e compartilhavam com as outras integrantes as impressões, aproximando o pote do rosto da outra para que ela pudesse sentir o aroma também (Figuras 15 e 16). Juntas, elas foram elaborando suas sinergias combinando óleos de acordo com seus desejos: estimular o sagrado feminino; trazer alegria para casa; focar; e proporcionar equilíbrio. Quando alguém terminava, compartilhava o resultado com as demais e, caso agradasse, outras tentavam reproduzir a sinergia.



Figura 15: Cloé aproximando o pote para Susana experimentar o aroma no curso de aromaterapia

Fonte: Autoria própria



Figura 16: Susana compartilhando aroma com Coral no curso de aromaterapia
Fonte: Autoria própria

Uma análise da cultura material a partir de Miller (1998; 2007) e Vannini (2009) indica a particularidade que os bens têm para essa comunidade. Os laços sociais e os relacionamentos são estabelecidos desde o início, no processo de escolha, elaboração e aplicação dos cosméticos. Assim como o estudo das subculturas *mods* e *rockers*, a apropriação criativa é essencial para elas (MILLER, 2007). Dessa forma, a produção criativa é fundamental para a manutenção desse grupo enquanto subcultura, elas demarcam seu lugar no mundo e projetam uma imagem que identificam como consumo consciente através de suas alquimias.

É preciso enfatizar o quanto essas práticas revelam sobre essa comunidade e suas ideologias. Ao mesmo tempo em que os cosméticos funcionam para a negociação e contestação de determinadas questões políticas como a preservação do meio ambiente, observamos a manutenção da ideologia de gênero enquanto classificação social do papel da mulher (GILCHRIST, 1997). Por diversas vezes ouvimos o quanto o cuidado, o acolhimento, a sensibilidade e a sensualidade são características e atribuições femininas. Ainda que busque empoderar a mulher no autocuidado e romper com a objetificação e padronização do corpo feminino, o *slow beauty* reproduz a classificação da estrutura social maior da identidade da mulher.

Certamente essas questões se manifestam também nos bens, como no óleo de cardamomo que aflora a feminilidade do cuidado e da sensibilidade ou de ylang-ylang para sedução e sensualidade. Nesse sentido, evocam a “natureza feminina” e a “Mãe Terra”, em especial aquela

ligada às características acima para definir a posição social da mulher. Como apontam Reischer e Koo (2004), o discurso biológico e, nesse caso também espiritual, naturalizam aspectos culturais. Através dos óleos escolhidos e suas justificativas observamos como esse discurso se manifesta nessa comunidade. Enquanto o spray de ambiente e o óleo corporal foram elaborados com óleos cujas propriedades estão mais ligadas ao psíquico ou emocional, em especial a questão feminina, o fluido de limpeza foi feito por questões práticas ou medicamentosas.

O primeiro produto criado foi um spray de ambiente. A maioria escolheu os ingredientes pensando em usar em casa para a família, para receber amigos ou uso pessoal. Predominaram óleos cítricos como Capim Limão, Grapefruit, Limão Siciliano, Laranja e Tangerina por suas propriedades psicoaromáticas de alegria, motivação, entusiasmo e vivacidade. Ainda que a limpeza não tenha sido mencionada como propriedade desses óleos, ela apareceu diversas vezes nas justificativas. A “limpeza energética” pode estar associada ao uso de cítricos em produtos de limpeza como já haviam mencionado. No primeiro dia de ritual, ao inalar o óleo de tangerina, uma aluna lembrou de “limpeza total” e sua mãe na cozinha enquanto outra associou ao Mr. Músculo®.

Ao cheirar os óleos para escolher, evocaram a memória associada aos cítricos e associaram à questão energética. Além dos cítricos, foram usados óleos ligados à sedução, sensualidade ou afrodisíacos como o Cardamomo, Artemísia e o Ylang-Ylang. O autoconhecimento apontado como motivação para mudança de vida aparece novamente na elaboração dos produtos. Cloé, que faz parte de um grupo de mães e vem buscando uma vida mais natural, explica porque escolheu óleos afrodisíacos:

no spray de ambiente eu botei um monte de bruxaria, né? Pensando não só na terapêutica, mas também na vibracional. Eu escolhi pensando um pouco pelo cheiro e um pouco pelas propriedades. Eu pensei nas propriedades primeiro, aí montei uma base, fui sentindo o cheiro e com a intuição eu fui aumentando ou diminuindo cada coisa. Eu botei muita coisa. Sândalo, Sálvia, Cardamomo, Artemísia e Limão. Eu procurei todos que eram afrodisíacos, então Sândalo, Sálvia, Cardamomo e Canela. Artemísia tem uma coisa do feminino, do poder feminino. Então eu pensei um pouco nisso, da Artemísia. E também é excitativo. É bem feminino e excitativo. O limão foi para quebrar, tava muito temperado, o cheiro tava uma coisa de tempero, chá, sei lá. O limão casou super bem, deu uma suavizada e um frescor. O cardamomo foi porque estou desde ontem com ele na cabeça, ele é motivacional, traz segurança e dá uma relaxada. [...] Eu tô numa fase de encontro comigo mesma, do sagrado feminino, então eu estou numa coisa de reconexão.

O sagrado feminino e a autodescoberta da mulher estão incluídas na mudança que essa comunidade proporciona. Em parte, quebra tabus por estimular a sexualidade feminina e em parte mantém o papel social da mulher de sedução. Isso porque eles são conhecidos como óleos

femininos justamente por aflorarem a sensualidade e a sexualidade. A questão política também se manifesta na atribuição da mulher de aconchegar e cuidar. Fernanda já havia mencionado essa questão ao explicar o ritual realizado antes da aula e o quanto a sua energia feminina mais ativada a fez ficar mais cuidadosa com esse momento. Flora também apontou o cuidado como uma característica feminina e que a motivou a escolher o óleo de Artemísia:

eu queria uma coisa. Eu pensei na minha sala, para receber os amigos. Uma coisa alegre, que eles chegassem e falassem ‘nossa, que delícia’, sabe? De ânimo eu fui mais pros cítricos, eu acho que eles têm essa vivacidade. Usei Laranja Valência, Grapefruit, Artemísia, Sálvia Sclarea e Lavandin. Mas os primeiros que eu botei foram cítricos. Eu botei Lavandin porque é vivo e a Artemísia é essa coisa feminina de cuidar mesmo dos amigos, receber. [...] Eu fiz mais pela questão emocional, de energia.

Petúnia é uma enfermeira da atenção básica em saúde em busca da desmedicalização. Ao compartilhar sobre os óleos escolhidos para o spray de ambiente, ela menciona o aroma agradável, a busca por calma e equilíbrio, mas também aponta o estímulo à produção de endorfina, uma substância com efeito analgésico produzida pelo cérebro associada ao bem-estar, da Pimenta Preta como algo muito positivo. Outra escolha relacionada à sua profissão foi a do óleo de Winter Green, “ele favorece a humanização das relações e eu achei isso legal para deixar no ambiente”. Como podemos observar, as escolhas revelam a busca por mudança de vida, mas também estão conectadas a aspectos presentes do cotidiano como a endorfina para a enfermeira da atenção básica ou o cheiro amadeirado que Susana escolheu para aplicar nos cristais que vende.

Para fazer o fluido de limpeza, elas focaram mais nos benefícios práticos já oferecidos por cosméticos industrializados, como ação anti-inflamatória, adstringente e calmante presentes nos óleos de Melaleuca, Alecrim e Lavanda. Outros benefícios mencionados foram limpeza profunda, tonificação da pele, ação cicatrizante e brilho. Ainda que falem em cuidado holístico e pensem a beleza como algo mais amplo que engloba saúde, a criação de produtos que não estão ligados ao emocional ou energético, tende a reproduzir o discurso do *fast beauty* de como deve ser a pele ideal. E mais, utilizam-se as mesmas classificações de pele. Muitas escolheram fazer um demaquilante para uso pessoal e focaram em problemas como acne e pele oleosa como relata Cloé:

o fluido eu fiz para pele oleosa. Eu já fiz vários tratamentos pra espinha e nunca resolve totalmente. Então eu resolvi tentar algo natural. Eu usei mais água do que óleo porque a minha pele é muito oleosa. E aí eu botei 30% de óleo de amêndoa, hidrolato de camomila porque é calmante e o resto de água. Os óleos essenciais eu escolhi alecrim porque é super adstringente, pimenta rosa que é limpante e lavanda que é calmante. Eu tinha pensado em gengibre, mas não pode ir na pele. São óleos anti-inflamatórios, adstringentes e limpantes para tirar espinha. Esse fluido eu fiz pensando bem nas funções terapêuticas tópicas, né? A questão de limpar e desinfetar. O óleo corporal teve mais a questão energética.

De volta às alquimias focadas no psicoaroma, os óleos corporais foram criados em sua maioria para uso pessoal e relacionados a questões do universo feminino, sensualidade, sensibilidade, intuição, e “essência feminina”, conforme acreditam as integrantes da comunidade. O óleo que mais apareceu na composição dos óleos corporais foi Ylang-Ylang. Com aroma parecido com o da dama-da-noite, Ylang-Ylang significa flor das flores. “Ylang-Ylang é uma brisa mágica e misteriosa que seduz, atrai e envolve. Harmoniza quem se entrega a ele”. Para elas, ele seria responsável por elevar o feminino e a sensualidade. Trata-se de um óleo afrodisíaco, que desperta a sensibilidade, a paixão e “ajuda as mulheres urbanas a repor sua vitalidade e feminilidade consumidas pelo estresse e vida agitada da cidade grande”. Ele atua como regulador hormonal feminino e, portanto, é um dos principais óleos corporais do sagrado feminino. Deise explica a escolha para compor seu óleo corporal: “eu pretendo fazer algo mais feminino. Estou pensando em Ylang-Ylang. Pra fazer massagem, ativar os chakras. Mais pensando no sagrado feminino mesmo”. Camélia também usou o óleo da flor das flores e outros afrodisíacos: “o óleo foi mesmo pensando na sacanagem. Aí eu misturei bem essências que trabalham o feminino, são afrodisíacos. Eu botei Patchouli, Canela, Pimenta Rosa e Ylang-Ylang”.

Outro óleo do sagrado feminino, o gerânio estimula o córtex adrenal e, por isso, regula tão bem os nervos durante a tensão pré-menstrual e a menopausa. Ele atua fortalecendo a autoestima, a estabilidade emocional e as inseguranças, que correspondem diretamente às características femininas padrões construídas pela sociedade. Embora elas queiram quebrar com alguns modelos, como consumo excessivo e degradação do meio ambiente, o movimento, de certa forma, reproduz à sua maneira a ideologia de gênero. Por exemplo, Débora, além de buscar as questões femininas, como o abraço e o acolhimento maternal, inclui o óleo de limão-siciliano, buscando a “firmeza masculina”.

O exercício de compor suas alquimias revelou aspectos importantes dessa comunidade e, como parte de um ritual de passagem, deu a elas o gosto de ser mágica, ou bruxa como preferem ser chamadas. Orgulhosas de suas composições, aproveitaram o momento para tirar fotos e compartilhar em suas redes sociais os resultados e o caminho para a nova fase (Figura 17). Naia, por exemplo, compartilha sua foto segurando os produtos que fez com a seguinte descrição “fiz minha própria sinergia... Relaxante, afrodisíaca e empoderamento”. Observamos que o autocuidado e a elaboração dos próprios produtos significam se empoderar, tomar para si o poder

de decisão e a autonomia no cuidado. Ainda que as escolhas expressem o estereótipo feminino, foram escolhas delas.

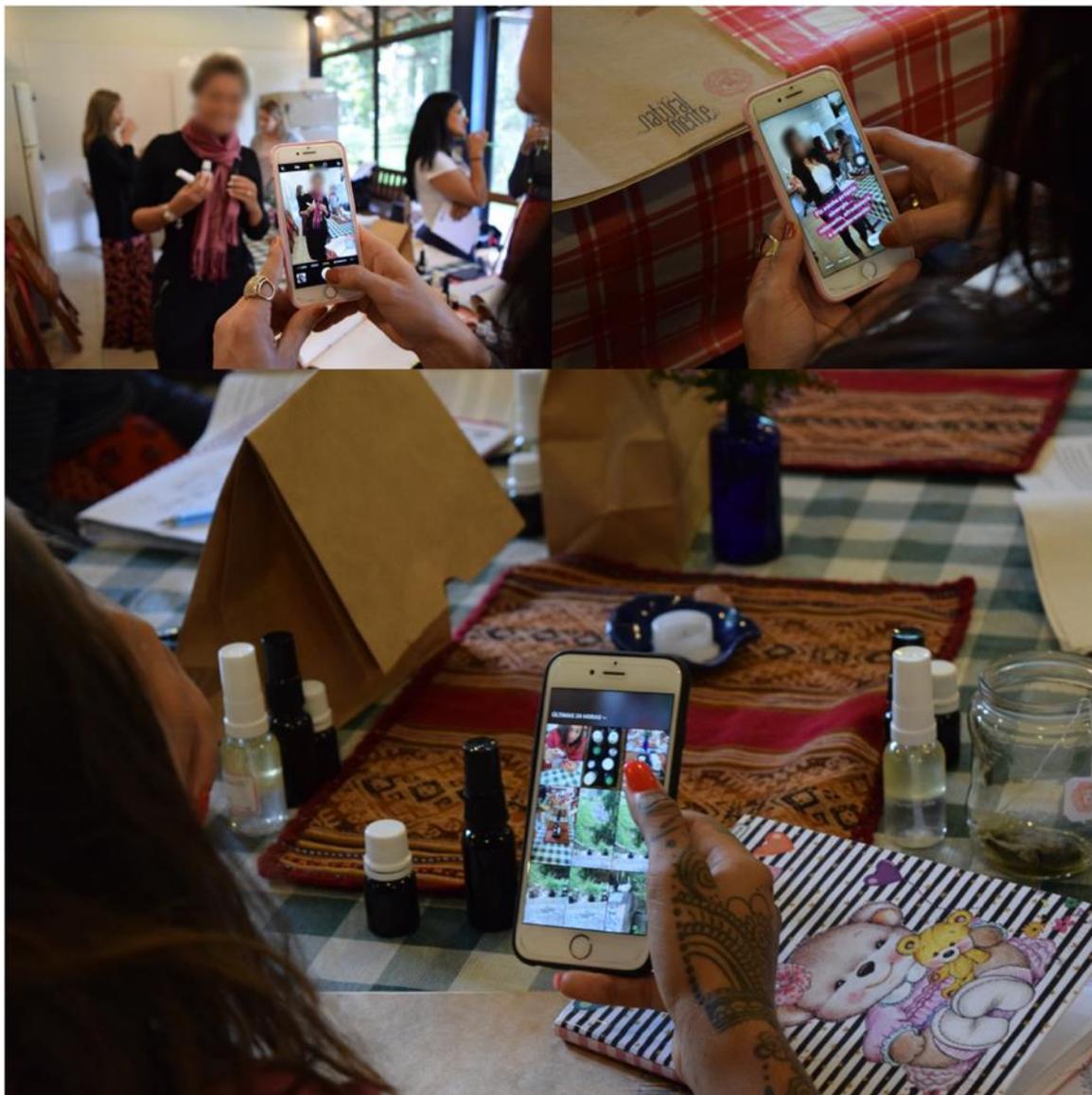


Figura 17: Compartilhamento das alquimias nas redes sociais no curso de aromaterapia
Fonte: Autoria própria

Depois da oficina, uma pausa para o almoço vegetariano no jardim. O tema da conversa, como não poderia deixar de ser, foi a maternidade. Fernanda e as alunas aproveitaram o momento para compartilhar a dificuldade de criar, ver os filhos crescerem e se tornarem adultos independentes. Como em uma roda de amigas, elas aconselhavam e acalmavam os corações umas das outras e revelavam ter as mesmas aflições. Os temas relacionamento e paternidade também foram levantados, especialmente por mães solteiras. Iolanda, por exemplo, compartilhou a

dificuldade de criar os filhos sozinha e o quanto se esforçava para não atrapalhar a relação dos filhos com o pai apesar dos ressentimentos. Ela também aconselha Luna a não se preocupar com a ausência do ex-marido na vida de seus filhos. Nesse momento, me dei conta de que em dois dias essas mulheres se entregaram juntas a uma mudança de vida. O ritual de passagem não serve apenas para se tornarem bruxas, mas para se tornarem uma comunidade cujos alicerces são a confiança e a proximidade.

Após as confidências do almoço, retornamos ao galpão. Agora seria a etapa final do ritual de passagem, uma alquimia coletiva de balsamo labial, creme para pele e manteiga corporal. A organização da sala mudou para uma roda de cadeiras com uma mesa no meio onde estavam Fernanda e Alcir (Figura 18). Sobre a mesa, os ingredientes, materiais e componentes do ritual como o pano peruano, os cristais e as flores (Figura 19). Para preparar uma mistura, Fernanda aproveitou o clima “bruxesco” e utilizou um caldeirão como podemos observar no canto esquerdo da Figura 19. Eles foram preparando os produtos enquanto davam recomendações e reforçavam indicações para as futuras bruxas, derreter a cera em banho maria, pesar e medir todos os ingredientes e os materiais que devem ser utilizados. As aprendizes acompanharam com muita atenção, fazendo anotações e tirando dúvidas. Para finalizar o ritual de passagem, Fernanda dá uma última recomendação sobre compras, “cuidado porque é muito emocionante. Dá vontade de comprar tudo e deixar um rim lá”. Com o fim uma aluna comenta “ai, tô virando cientista” e logo é corrigida por outra “bruxa” e Lis complementa “só falta a panela”.



Figura 18: Roda de alquimia coletiva no curso de aromaterapia
Fonte: Autoria própria



Figura 19: Mesa para alquimia coletiva no curso de aromaterapia
Fonte: Autoria própria

Após o fim do ritual de passagem, elas receberam um certificado de participação e dentro de uma semana seriam incluídas na comunidade virtual no WhatsApp. Antes de partirem, muitas aproveitaram para comprar produtos feitos por Fernanda, ingredientes para suas próprias alquimias ou livros para estudar. Nos chamou atenção a quantidade de bens adquiridos. Angélica comprou 5 óleos essenciais que faltavam para sua coleção cujas propriedades a agradaram. Levou 4 livros para estudar sobre química e aromaterapia, pomada cicatrizante para uma amiga, um sabonete e um óleo corporal para ela. Silvia escolheu 5 óleos pensando em produtos para acalmar e “fazer alquimia” para os 4 filhos. Violeta comprou uma pomada para seu bebê, um creme para fazer suas misturinhas e um óleo essencial de alecrim “bom para depressão do meu marido”. Ao contrário dos produtos que fizeram durante o ritual de passagem, elas pensavam agora em criar para outras pessoas queridas, uma amiga, o marido ou os filhos. Por fim, uma foto coletiva para celebrar o ritual de passagem e a formação das bruxas (Figura 20).



Figura 20: Foto encerramento do ritual de passagem no curso de aromaterapia
Fonte: Autoria própria

4 BRUXAS DE HOJE: COMUNIDADE E CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

A comunidade Vivo Naturalmente é analisada a partir da observação da experiência de suas integrantes, tanto no ambiente presencial em feiras, nos cursos e encontros, como no ambiente digital a partir dos grupos de discussão sobre a cosmética natural e de compras coletivas. O conceito de antropologia digital nos auxilia a compreender o fenômeno a partir de sua abordagem holística, englobando as diferentes esferas que compõem a vida cotidiana, entre elas o ambiente digital (MILLER et al, 2016). As novas composições sociais e identidades construídas nesse ambiente fazem parte dos enquadramentos da vida social, elas complementam a imagem do todo.

Na comunidade Vivo Naturalmente, a pesquisa teve início com a observação participante do ritual de passagem. Esse é um momento presencial que marca a entrada de novas integrantes, para tanto, elas precisam passar por um curso de dois dias. No primeiro, aprendem a parte teórica, os mitos, ritos, materiais e prescrições. Já no segundo, “colocam a mão na massa” confeccionando cosméticos com o que estudaram. Findando o ritual de passagem, elas passam a fazer parte da comunidade e são incluídas nos grupos do WhatsApp.

A relação com a liderança comunitária e os membros nos permitiu a entrada e participação no grupo tal como as formadas no curso. Percorrer o mesmo caminho dos novos integrantes nos trouxe uma perspectiva mais próxima da realidade do ritual de passagem, do aprendizado necessário às boas-vindas no ambiente digital (Figura 21). Em sua proposta de etnografia digital, Hine (2015) evidencia a necessidade de se engajar nas atividades da mesma maneira que os membros da comunidade para compreender como o sentido é produzido, percorrendo a vivência complexa e expressões que as particularidades desse ambiente e dessa trilha fazem emergir. Isso porque a experiência digital não é fixa, ela tem seu significado construído nas relações e conexões que são estabelecidas diariamente. Seu estudo deve, então, abranger como as pessoas se movimentam, evidenciam ou ignoram determinados aspectos enquanto vivem seu cotidiano.

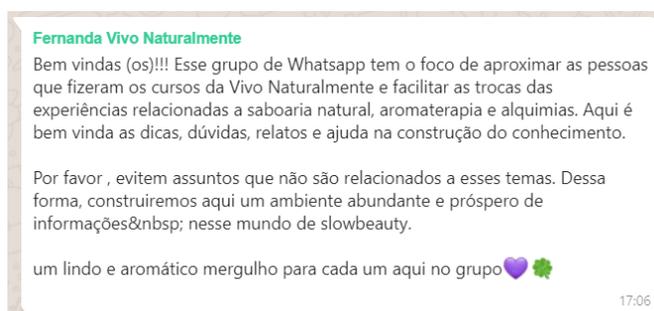


Figura 21: Mensagem de boas-vindas publicada na comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

Assim como observado na etapa presencial, a comunidade oferece um espaço acolhedor para essas pessoas que buscam mudanças em suas vidas. Nesse ambiente, elas trocam dicas e experiências, ou suas “bruxarias” como falam, levantam dúvidas e debates sobre o tema da cosmética natural. A maternidade, a confiança nos produtores e a sustentabilidade e suas implicações políticas foram temas recorrentes tanto na etapa presencial quanto na etapa digital. Tais aspectos evidenciam a internet como parte da vida cotidiana, ela auxilia na orientação das relações sociais, da vida política, dos negócios e de lazer (HINE, 2015).

Contudo, é preciso pontuar as diferenças entre os dois grupos no WhatsApp utilizados pela comunidade. O principal deles é o Vivo Naturalmente. Como canal oficial conta com a presença de todos os membros e serve como ambiente para as discussões. Foi criado em julho de 2015 e possui 241 membros. A liderança de Fernanda é exercida esporadicamente quando ocorrem debates mais calorosos. No dia-a-dia todos os membros possuem autonomia para responder questões e levantar debates que julgarem pertinentes.

Já o grupo de Compras Coletivas serve para os membros organizarem compras de matéria-prima. Ele foi criado em novembro de 2016 por Fernanda, mas sua organização fica na responsabilidade de quem deseja fazer o pedido. São 166 participantes que combinam de comprar juntos uma grande quantidade de ingredientes a ser dividido posteriormente. Lá acontecem os famosos “leilões” que mobilizam a comunidade para encontrar alguém precisando da quantidade de material exata para fechar a compra coletiva.

Anderson (2008 [1983]) aponta um caminho alternativo à concepção de comunidade enquanto vizinhança. Para o autor, importa a construção de uma identidade social e a imaginação de um nós. Dessa forma, compreendemos o Vivo Naturalmente como uma comunidade, uma vez que elas constroem o nós a partir de uma identidade “bruxesca” como veremos adiante. A busca por uma mudança de vida, que as reconecte com a essência feminina e suas diversas dimensões, as leva até o ritual de passagem que resulta na entrada na comunidade. O ritual tem a importante função de auxiliar a criação dessa identidade social que Anderson (2008 [1983]) menciona e o sentimento de pertencimento torna-se evidente a partir das trocas. As interações em torno do *slow*

resultam em um sentimento emocional forte, Fernanda descreve o grupo como uma família, sempre pronta a ajudar.

A linguagem particular que utilizam para se comunicar, como os nomes científicos de óleos e todo o vocabulário do universo *slow* são para Kavoura (2014) evidências do espírito comunitário. Elas ainda partilham do interesse por um estilo de vida e constroem uma identidade particular. Gruzd, Wellman e Takhteyev (2011) identificam a compreensão das normas, técnicas e estrutura, bem como a construção e manutenção das conexões sociais como critérios para uma comunidade digital. Para fazer parte da Vivo Naturalmente é preciso primeiro passar pelo ritual de passagem, no qual são ensinados exatamente os elementos indicados pelos autores. As plataformas digitais cumprem ainda a função de manter e ampliar as conexões estabelecidas no ambiente presencial.

McMillan e Chavis (1986) descobriram questões sociais e psicológicas essenciais a comunidades. Entre elas está o pertencimento a partir da criação de fronteiras, de segurança emocional e investimento dos membros na comunidade. Observamos na comunidade estudada a criação de barreiras a partir da construção da identidade bruxesca. Ademais, elas reconhecem o grupo como um espaço de acolhimento a pessoas que buscam a mudança no estilo de vida, protegendo e apoiando questões pessoais como as escolhas para alimentação e cuidados com os filhos, por exemplo. Quanto às contribuições, a comunidade tem como base as trocas de dicas e experiências com o universo *slow*. Podemos constatar ainda a reunião para a satisfação das necessidades conjuntamente, como é o caso do grupo de compras coletivas.

As integrantes compartilham a conexão emocional por manterem um contato constante, trocando mais de 100 mensagens por dia em cada um dos grupos estudados. Elas fortalecem os laços a partir das experiências positivas, sempre que uma dúvida é enviada, elas fazem todo o esforço possível para responder. A resolução das questões envolve indicações, compartilhamento de experiências para a construção de uma rede de confiança e a busca por fontes seguras de informação. Observamos um esforço para construção da história da comunidade, especialmente no que tange a identidade e a luta para manutenção das liberdades através dos debates sobre sustentabilidade e política.

Por fim, compreendemos os esforços para administrar a dualidade entre prazer individual e bem-estar coletivo (SAWAIA, 1996). Os debates, em especial os ligados à política, revelam a interiorização dos valores e da identidade comunitária. Concebemos, portanto, os grupos como comunidades. Isto é, espaços de desenvolvimento das potencialidades. A seguir aprofundaremos

na construção da identidade “bruxesca” e suas principais dimensões. São elas: a essência feminina, a maternidade, a sustentabilidade, a política e as compras coletivas.

4.1 IDENTIDADE BRUXESCA

Três dias após o curso, Fernanda nos adicionou nos grupos do WhatsApp. A primeira turma já havia trocado números de celular e criado o próprio grupo que logo se desfez com a migração para os principais. Já a segunda turma manteve seu grupo separado para uso esporádico, o nome Pythonissam foi dado em homenagem às bruxas. Ele remete à sacerdotisa grega Pitonisa e é a versão em latim da palavra bruxa segundo Iolanda. Débora, aluna da segunda turma, relembra que as mulheres eram oráculos na Grécia antiga, “portais de energia, usavam a natureza para curar”. A ideia foi aprovada por todas.

Logo no início da observação da comunidade digital algumas compartilharam seus sentimentos em relação à experiência vivida presencialmente, exaltaram a energia, a conexão e o resgate. Débora evidenciou o sentimento de volta às origens em meio à “energia de transformação, acredito que todas sentimos o poder da Natureza em suas formas mais puras e essenciais”. Flora relata ter tido um reencontro com o que já viveu em outras vidas e o que busca para essa conexão, “é possível viver a conexão com nosso sagrado e com a Mãe Terra”. Fernanda agradece o refúgio diante dos temores que uma eleição conturbada com grande polarização proporciona: “será que corremos o risco de não poder mais falar o nome ‘bruxa’ visto que a fala desse nome é tão antiga em minhas memórias celulares mas também tão temerosa pela palavra calada? O temor que o patriarcado em suas fogueiras nos provocou” questiona, para então revelar o ambiente acolhedor da comunidade, “agradeço a luz das palavras queridas. Me sinto mais segura com elas, abraçada em irmandade e o elixir de cuidado/energia feminina”. Iolanda resume a experiência do ritual de passagem ao passo em que enfatiza o poder da soma das energias das bruxas de hoje em uma egregora de transformação (Figura 22).

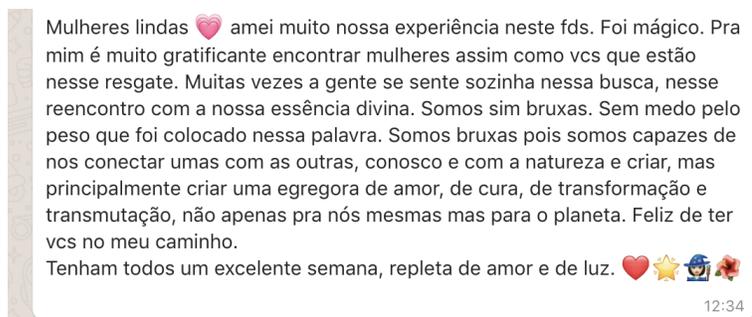


Figura 22: Mensagem de Iolanda na comunidade Pythonissam
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

Elas seguiram trocando dicas de livros para se aprofundarem no assunto, receitas e procedimentos da cosmética natural. Mais do que isso, essa egrégora proporcionou a construção e a descoberta da subjetividade e da identidade dessas mulheres. Elas resolveram o dilema da crise de identidade através do consumo consciente, essa comunidade estabeleceu fronteiras e produziu sentido a partir das escolhas de consumo, independentemente da aquisição de bens, marcaram a identidade do grupo social no cotidiano, tal como apontam Campbell e Barbosa (2013).

É a exaltação de ser bruxa e mulher que revela a verdadeira identidade das integrantes dessa comunidade. Ser mulher é uma “milênar resistência”, unida pelo fio do “sangue-mulher” cuja memória exalta aquelas que já foram. A ancestralidade é um ponto importante para elas, não somente pela retomada dos costumes de preparar os próprios cosméticos, mas pelo saber e luta daquelas que as antecederam. A menstruação é exaltada como símbolo da força feminina, que resiste e guia (Figura 23). Em seu perfil no Instagram, Susana, integrante da segunda turma, postou uma foto com sua mãe exaltando essa milênar resistência com a seguinte legenda “honro a força e a vida que vem de meus ancestrais. Gratidão mãezinha”. O resgate da ancestralidade faz parte da construção da identidade, uma vez que elas se reconhecem na projeção dessa mulher de milênar resistência. Fernanda compartilhou uma foto de mulheres nuas de costas em meio à natureza para agradecer a imersão na formação de sacerdotisas, cujo objetivo é o reencontro com a essência feminina. Na legenda, ela explica a experiência:

quando escutei a voz do meu coração e do meu ventre eu encontrei a mim mesma. Quando honrei meu sangue e minha espiritualidade, encontrei a mim mesma. Quando entreguei minha vida em confiança na egrégora de luz que me guia, encontrei minha linhagem, minhas ancestrais e também encontrei a mim mesma.

"Salve todas as mulheres que vieram antes de nós
A todas erveiras
Curandeiras
Parteiras
Sacerdotisas
Deusas
Mães e avós.
Seguiremos a trilha de sangue e folhas deixada por vós
Senhoras da sabedoria milenar.
Negras, índias
Mulheres bibliotecas
Que guardam no envelhecer da pele
Os aprendizados da vida.
E que nos doam
Em forma de chá
De ditado
De prece
De cuidado
Tudo quanto receberam das que as antecederam.
Sabemos que nossa sina é sangrar
E isso não nos mata
Somos mulheres lua vermelha
E nos reinventamos a cada mês
No jorrar de nosso rubro sangue.
Seguiremos como nos foi ensinado
Marcando o caminho com sangue e folhas
Para que as que vierem depois de nós
Não se percam..."

09:41

Figura 23: Mensagem de ancestralidade e luta publicada na comunidade Pythonissam
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

Ser bruxa é resistência, mas também é cuidado. Insubordinadas, divergentes, antenadas, sábias, loucas, profundas, espiritualizadas, perigosas, que lutam, que amam, se envolvem, cuidam, com conhecimentos intuitivos, que gestam, nutrem, guiam, bem resolvidas, que servem, que amparam, que estudam, que questionam, que se impõem, que resistem, fantásticas, surreais, feiticeiras, mulheres comuns (Figura 24). A descrição revela a dualidade dessa mulher, que é ao mesmo tempo resistência e manutenção da classificação do papel social de gênero (GILCHRIST, 1997). Resistência porque não reproduz a competição feminina, luta contra o machismo, a opressão, estuda, questiona, argumenta e se impõe. Estela, integrante da comunidade desde 2015, explica os motivos pelos quais decidiu seguir a cosmética natural, entre eles, a compreensão de que o *fast beauty* faz as mulheres “escravas de um único padrão de beleza (mesmo quando fingem que não)”. No que diz respeito à competição feminina, Estela aponta como vantagem da cosmética natural conhecer “mulheres maravilhosas” que estão seguindo a mesma trilha e apoiam umas às outras nessa caminhada. Dessa maneira, o *slow beauty* é também resistência aos valores hegemônicos da beleza feminina. Mas, ao mesmo tempo, permanece aquela imagem da mulher que cuida, que gera filhos. A classificação social do papel da mulher permanece também em relação

aos conhecimentos intuitivos, à compaixão e ao fato de serem “guardiães de tudo que é digno e eterno”.

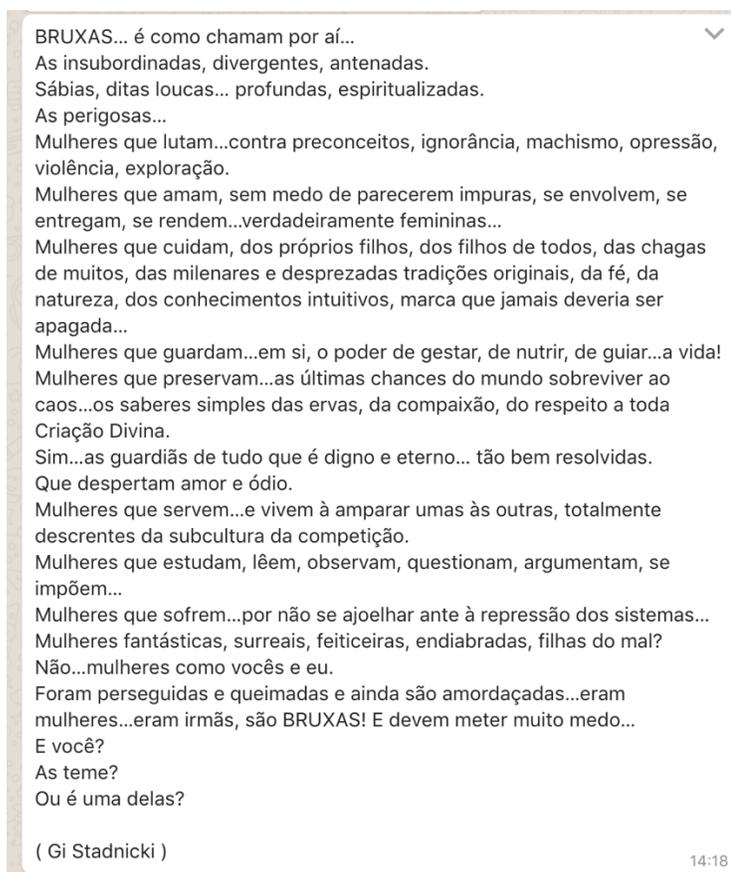


Figura 24: Mensagem de resistência e manutenção da ideologia de gênero na comunidade Pythonissam
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

A fronteira construída nessa comunidade valoriza o saber da mulher, muitas vezes ligado à ancestralidade, passado geneticamente pelo “sangue-mulher” ou de mãe/avó para filha/neta (Figura 25). Exalta ainda sua capacidade de se transformar ou se adaptar às situações adversas. A intuição feminina, o sexto sentido ou sensibilidade são estereótipos que revelam um lugar na sociedade. Por outro lado, parecem revelar a conexão que as mulheres possuem com a natureza e com a Mãe Terra. Sobre o despertar da mulher sagrada, Fernanda explica em seu Instagram:

É um chamado profundo para a recuperação da sabedoria ancestral, bem como uma resposta prática às necessidades vitais que temos como mulheres, as quais, geralmente, não são abordados com a responsabilidade e cuidado que merecem. Emerge como um ato revolucionário através do amor, da auto-consciência, do despertar e da descoberta da capacidade de nos auto-curar e apoiar a cura de outras mulheres. Temos a filosofia de que todas as mulheres são “mulher medicina” e, juntas, com nossas raízes ancestrais, os nossos dons uterinos são ainda mais fortes.

A palavra “bruxa” no idioma sânscrito (a língua sagrada da Índia) significa “mulher sábia”. Em latim a palavra bruxa significa larva de borboleta. Somando os dois significados podemos dizer que ser bruxa é ter a sabedoria e o poder de se auto transformar. Parabéns a todas as bruxas e a todas as mulheres que seguem sua intuição, que consideram o seu sexto sentido, que conseguem transformar as situações ruins em aprendizado e ainda sair voando!
Feliz dia das Mulheres Sábias!

14:51

Figura 25: Mensagem de bruxa sábia e intuitiva na comunidade Pythonissam
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

A construção da identidade passa também pela retomada do próprio corpo e da “essência feminina” (Figura 26). Para compreender essa questão é preciso reconhecer o significado simbólico do corpo. Questões socioculturais e históricas influenciam e moldam os sentidos com os quais percebemos e lidamos com o corpo, como indicaram Turner (1994), Douglas (1970) e Mauss (2003). Ao resgatar o debate sobre a armadilha linguística na referência ao corpo, observamos sua menção como propriedade. No entanto, ao contrário do que Becker (1994) encontrou em Fiji, o corpo é fundamental do eu e não do coletivo. Seu cuidado é de responsabilidade individual e não está aberto a críticas coletivas. Mais do que uma referência ao capitalismo, o uso dos pronomes possessivos “seu” ou “meu” indicam uma autonomia e um poder sobre o próprio corpo enquanto luta das mulheres, inclusive contra os valores culturais hegemônicos de gênero e feminilidade transmitidos muitas vezes pelas mães (REISCHER; KOO, 2004). Rodrigues (2014) aponta a demarcação de fronteiras e o recolhimento do corpo para o espaço da casa como uma característica da sociedade contemporânea, em oposição ao corpo coletivo, da rua e dos banhos coletivos da Idade Média.

Bruxas eram mulheres empoderadas.
Insubordinadas.
Livres.
Que conheciam as ervas, os mistérios da natureza, da vida, da morte. Seu corpo, seu ciclo menstrual, seu poder.
Muitas não se casavam, preferiam viver na floresta com os animais e suas amigas. Ou sozinhas com suas plantas.
Recusavam os padrões da normatividade.
As que se casavam certamente não eram submissas a seus maridos como as mulheres da época.
Tinham sabedoria da ancestralidade, curavam doenças, dançavam pra lua, contavam histórias.
Tinham visões, sonhos, intuições.
Eram mulheres, apenas.
Foram perseguidas e mortas na idade média no maior feminicídio já visto por representarem uma ameaça ao patriarcado. Por saberem o que os homens não entendiam.
Associadas a imagens de feias, assustadoras, velhas, solitárias, loucas e principalmente más.
A caça às bruxas foi possivelmente o início do afastamento das mulheres de sua própria essência. Por questão de sobrevivência passaram a renegar sua natureza selvagem, se esconder e a ver como amaldiçoado seu corpo de mulher.
Nós somos as netas, bisnetas, tataranetas..... não só das que não conseguiram queimar mas principalmente das que queimaram.
Carregamos a história de todas as mulheres e o fogo da inquisição arde em nós.
E dele renascemos.”
Comemoremos nesta data nosso equinócio da primavera

15:50

Figura 26: Mensagem de retomada do corpo e da essência feminina na comunidade Pythonissam
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

Ao analisar historicamente, observamos como o processo civilizador ou de escolarização apontado por Elias (1994b) e Ariès (1981), naturalizou comportamentos e sentimentos relacionados ao corpo, especialmente os corpos femininos com a “aprendizagem doméstica”. Desde cedo as meninas aprendiam a se comportar como adultas com suas mães, a escola era proibida para elas. Ainda que tenham conquistado o direito de estudar, as mulheres continuaram aprendendo com suas mães como “se arrumar para ficar bonita”, como relata Estela. Passar xampu, condicionador, sabonete, desodorante, hidratante, pentear os cabelos e passar maquiagem. Hoje, integrante da comunidade, seu ritual de cuidados é completamente diferente, reforçando os caminhos traçados individualmente como composição dos indivíduos (ELIAS, 1994a). Estela abandonou o condicionador, não utiliza xampu e sabonete em todos os banhos, reduziu o uso de maquiagem e trocou os produtos industrializados por “naturais”. Ela explica que a mudança veio com o autoconhecimento, compreendendo suas próprias necessidades, foi adaptando seus hábitos. No entanto, reconhece que é um processo e diz não abrir mão de seu corretivo M.A.C. Em suas

redes sociais, ela defende a causa e possui um conjunto de publicações fixas chamado “naturebices”, no qual compartilha notícias, explica as vantagens e tira dúvidas de seus seguidores sobre o tema: “aprendi a fazer meus próprios cosméticos e isso me encheu de autoestima e me trouxe muito mais autoconhecimento”.

Estela relata que um grande problema foi controlar os odores causados por hormônios que surgiram desde cedo. A questão também foi mencionada em um debate no grupo em setembro de 2018, com uma questão sobre antitranspirante/desodorante para crianças de 8 e 4 anos. Azaleia e Gaia compartilham que tiveram o mesmo problema na infância e na adolescência “já tive muito mais cheiro e usava uns desodorantes brabeira”. Ambas revelam que o odor era fruto da alimentação de produtos industrializados e que a adoção de hábitos saudáveis mudou o quadro “eu bebia muito suco de maracujá industrializado aos 10 anos e tinha um cheirinho do cão 🐕🐕🐕 Melhorou quando eu melhorei a alimentação”. Nesse ponto, observamos a mudança apontada por Rodrigues (2014) em relação à sensibilidade contemporânea. O processo de higienização e desodorização chegou ao corpo como asseio ou higiene pessoal, transformando a própria sensibilidade. Os odores que outrora não incomodavam, precisavam agora ser controlados, especialmente a partir da associação da higiene com a saúde.

É interessante observar a presença da visão holística da saúde mencionada durante o ritual de passagem. Para elas, o problema do odor não está apenas ligado à higiene, mas também à alimentação. Portanto, a mudança de hábitos dessa comunidade não se restringe ao universo dos cosméticos e produtos de higiene, engloba também a alimentação, a moda e o universo espiritual. Ainda que adotem práticas diferentes, diminuição do uso de sabonete e desodorante, por exemplo, vemos que seus rituais ainda estão ancorados no mito da saúde e da ciência. Reisher e Koo (2004) apontam o uso do discurso biológico e médico da “natureza/essência feminina” como uma forma de amparar a estrutura social, delimitando a atuação a partir do gênero. O que vemos aqui é o contrário, a natureza feminina é o símbolo da reinvenção, a trilha de sangue que marca a luta e a sabedoria daquelas que vieram antes. “Em cada gota que jorra/um fio invisível e tônico/pacientemente cose a rede de nossa milenar resistência”, como menciona Iolanda.

Se, por um lado, elas demonstram a sensibilidade contemporânea em relação ao odor e à individualidade do corpo, por outro manifestam a integralidade do universo medieval (RODRIGUES, 2014). Em parte, pela retomada da ideia de bruxa, em parte pela busca por uma conexão com a natureza, elas resgataram a espiritualidade e condição humana própria do corpo.

Avançaram, no entanto, ao compreender o “corpo de mulher” como valor, como espiritualidade, como esse lugar simbólico e indissociável da constituição do ser. Como na “energia feminina” que Fernanda mencionou na preparação do ritual de passagem, na incapacidade do corpo de lidar com produtos industrializados porque não vêm da natureza, ou na conexão com a Mãe Terra, por exemplo.

Mas afinal, o que é ser bruxa para elas? A questão que perpassa por todas essas características, desde o fazer artesanal de cosméticos, o resgate da ancestralidade ao corpo feminino, é a luta contra a classificação social do papel da mulher. Bruxa “é o retrato da mulher empoderada”, diz Iolanda. Ao contrário da princesa que representa o ideal de mulher, ela não precisa de “um príncipe bocó para tirá-la de alguma situação de opressão”. Ela é “linda, poderosa e resolve a situação sem ajuda de ninguém”. Linda, não porque está de acordo com um padrão estético imposto socialmente, mas por sua força para ser livre. “Sou e serei sempre bruxa 🧙‍♀️🧙‍♀️🧙‍♀️❤️”. Flora complementa “eu sempre me encantei e me reconheci mais nas bruxinhas. Adoro que me chamem assim!!!! 😊♥♥”. O mesmo corpo que serve ao controle social e poder, é utilizado como forma de resistência. É também por meio dele que elas negociam os valores e significados sociais, especialmente por meio da oposição ao padrão imposto. No dia 31 de outubro é celebrado o dia das bruxas, a data, de origem pagã, possui um outro significado para essas mulheres. Em suas redes sociais Susana explica:

VIVA LAS BRUJAS! AS MULHERES QUE SE PERMITEM SER! Celebrando 31 de Outubro ♥ Bruxas não são feias, não são corcundas, não têm verruga no nariz, não andam numa vassoura como é estereotipado pelo mundo. São mulheres. Mulheres conectadas com sua essência. Conectadas com a natureza interna e externa. Que respeitam e reconhecem seus limites. Sábias que aceitam suas dualidades, abraçam suas sombras e as transmutam em luz. Sacerdotisas do amor. Curandeiras. Quem resgata a sabedoria ancestral. Quem toma um chá pra passar a dor de cabeça. Quem sente aquele sexto sentido e quando quer descobrir algo é melhor que o FBI. Quem respeita a natureza e a tem como sua aliada. Quem assim como a lua é cíclica. Quem ama. Quem respeita a si e ao outro. Quem não é perfeita, e não se envergonha disso. Quem luta contra o patriarcado, quem exige espaço e luta por ele, quem acredita em magia. Na magia do amor, do bem, da paz, da fé, da oração, da palavra, da força do pensamento, da lei do retorno e da atração, na energia... Quem tem coragem de SER. Livre de amarras e de máscaras. São empoderadas. Livres. Selvagens. Belas. Sensuais. Fortes. Guerreiras. São o que quiserem ser. Têm amor-próprio. São amor, são luz, criatividade, sensibilidade, intuição e poder. São mulheres. E meu bem... Onde há mulher, há magia e se isso é bruxaria, então, somos todas bruxas!
♥🧙‍♀️

Embora o antagonismo entre bruxa e princesa sirva ao propósito de demarcar o lugar através da oposição e muitas delas se reconheçam do lado de lá, com símbolos que denotam o universo mágico como o chapéu, o caldeirão e a teia de aranha, Marina aponta um caminho mais complexo

para a luta: questionar pressupostos. Por que não desconstruir a princesa? O conflito é logo resolvido, “todas as princesas têm um quê de bruxas e fadas”. O que une essas mulheres além da luta é a integralidade do universo, isto é, a conexão com a Mãe Natureza. “Somos místicas. Não adianta”. “O universo chama” complementa Iolanda. Flora fala de uma mulher forte e poderosa, “força da natureza” (Figura 27).



Figura 27: Publicação em homenagem ao dia das bruxas retirada do perfil Flora
Fonte: Printscreen do perfil de Flora no Instagram

A essência feminina e o corpo aparecem aqui como simbolismo e agenciamento do mundo social, refletindo e refutando valores hegemônicos. Observamos a centralidade do corpo feminino na expressão pessoal e política. Ele representa o eu e é através dele, assumindo a “natureza feminina” e as questões biológicas que a cercam, que elas constroem a resistência. Tal como indicam Reicher e Koo (2004), o corpo é um poderoso território simbólico e de dissidência contra opressão para essas mulheres.

Adiante aprofundaremos em outros quatro territórios do *slow beauty*, por meio dos quais as interlocutoras desse estudo produzem sentido e identidade. A maternidade, a sustentabilidade, a política e as compras coletivas são essenciais para a criação dessa comunidade enquanto subcultura. É também através dessas questões que as mulheres demarcam seu lugar no mundo. Portanto, para compreender sua cultura é preciso reconhecer e revelar a teia de significados por trás desses territórios.

4.1.1 Maternidade, mais uma dimensão da essência feminina

Como vimos nos capítulos anteriores, a maternidade foi o ponto de partida para que muitas das mulheres da comunidade buscassem a transformação. Violeta, por exemplo, procurou a comunidade em um movimento de autonomia no cuidado de seus filhos. Isto é, para que pudesse escolher a melhor forma de cuidar, sem utilizar muitos “químicos”, e não delegar esse papel aos médicos. Silvia e Rosa também foram em busca de alternativas para o cuidado com seus filhos, como cremes e pomadas menos agressivos. Por outro lado, Lis e Iolanda conheceram o movimento através de suas filhas, que apoiaram suas participações.

Para além da motivação, a maternidade faz parte da identidade dessas mulheres. Rosa ressalta: “hoje eu me apresento como mãe”. Em sua biografia no Instagram, Estela exalta essa dimensão de sua identidade: “maternagem consciente e sustentável, pesquisadora de modos e modas, professora e palestrante, viajante e criadora”. Grande parte de suas publicações são sobre sua filha e a maternidade. O resgate da ancestralidade, a reconexão com o corpo feminino, a essência da mulher e a luta por liberdade também são impulsionados por esse componente fundamental que é ser mãe. Elas marcam “o caminho com sangue e folha” e são “mulheres que guardam...em si, o poder de gestar, de nutrir, de guiar...a vida!”. Não por acaso, aquela que provê a vida e a energia é chamada de mãe, Mãe Natureza ou Mãe Terra. Com quem elas buscam se conectar e dela usufruem para o cuidado.

Reflexo da motivação e da identidade materna, vemos 313 mensagens mencionando a palavra filho ou filha nos 6 meses de observação, quase duas menções por dia. As integrantes da comunidade falam sobre seus filhos e suas preocupações, como já vimos no ritual de passagem. Mas será que essas mensagens são só sobre as aflições da maternidade? Não, ao contrário dos eventos presenciais nos quais observamos o compartilhamento da experiência do cuidado dos filhos, seja nas dificuldades relatadas no capítulo anterior, ou nas alegrias das conquistas dos filhos noticiadas na feira de domingo, a conversa sobre eles na comunidade digital gira em torno de receitas “naturais” para resolver problemas pontuais. Durante o inverno, por exemplo, a discussão sobre como tratar rinite, dor de garganta e congestão nasal mobilizou o grupo para pensar alternativas a remédios alopáticos.

As mães prontamente compartilharam suas receitas. Magnólia, por exemplo, recomendou um método que usa com seu filho de 6 anos, “gargarejo com óleo essencial de Tea Tree diluído”. Jade, por sua vez, recomenda pingar leite materno nas narinas para desobstruí-las,

“uma tradição no interior”, diz. Já Petúnia relata um truque que aprendeu ao longo da maternidade, colocar soro morno para amolecer o catarro (Figura 28). Iris complementa, então, como faz para aquecer o soro: “eu encho 3 seringas e deixo um tempo entre os seios ‘esquentando’ rs”. E assim elas compartilham dúvidas sobre o cuidado com os filhos e se aproximam dando dicas e propondo soluções. Para Iris, o grupo é uma importante ferramenta no cuidado com seus filhos. Como em uma roda de amigas, costuma colocar suas dúvidas na comunidade e diz ser prontamente respondida. Já Estela prefere sugerir soluções para as mães. Sempre que encontra uma questão que tem conhecimento, faz questão de responder da forma mais completa possível, incluindo links e fonte dos dados.

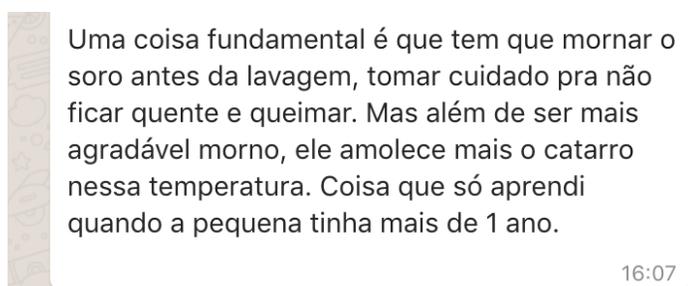


Figura 28: Truque para congestão nasal compartilhado na comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

Como Iolanda e Lis, que conheceram o movimento por meio de suas filhas, outras mães no grupo relatam com orgulho a experiência de suas filhas com o *slow beauty*. Gaia pergunta para a comunidade se há uma alternativa ao amido de milho no desodorante natural. Lélia recomenda o uso de leite de magnésia e Perpétua relata não conseguir usar desodorante natural na estação mais quente do ano, “chega o verão e nada segura”. Aurora oferece então uma alternativa que sua filha utiliza, o desodorante em pedra. Além da durabilidade, ela exalta sua eficácia “ela disse que tá segurando legal”. Perpétua menciona já conhecer o produto, mas a falta de relatos era uma preocupação para comprar (Figura 29). Então Aurora explica “é ela tem suor forte *tbem* e é chatinha usa tudo natureba *tbem* haha”. A partir do compartilhamento da experiência da filha da Aurora, Perpétua resolve comprar “gostei! Vou dar uma chance!!”.

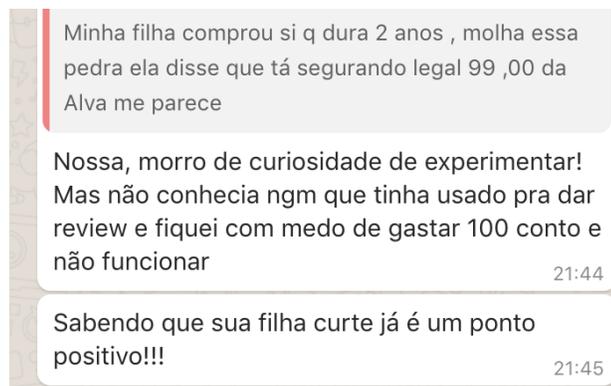


Figura 29: Indicação de desodorante compartilhado na comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

Já o termo mãe e suas variações foram utilizadas 196 vezes, 31 delas para se referir à Mãe Natureza ou Mãe Terra. Novamente observamos essa figura materna responsável pela terra, pelo feminino, pela energia que deve ser preservada e reverenciada: “alguém que quer se tratar com a medicina natural muito antes de se achar no direito de ingerir uma planta que a Mãe Terra generosamente nos presenteia tem obrigação de honrá-la. Honrar à terra, servir à Pachamama”. Essa entidade é também mencionada quando o assunto é autocuidado, para quem busca se reconectar ou encontrar a paz: “parar um pouco e sintonizar com a energia da Mãe Natureza através dos óleos”. Além de divindade e de protetora, a Mãe Terra/Natureza aparece como o lugar em que as pessoas vivem. Esse deve ser preservado em busca de harmonia: “gente acho uma coisa super válida, recolher esses óleos que o povo joga fora pra reciclar e assim não contaminar a Mãe Natureza”; “só tento ser parceira da Mãe Terra 🌍 do universo pra ter dias. Melhores !!”.

Quando se fala em maternidade na comunidade, aparecem também as receitas, cuidados e práticas que muitas viveram na infância. As mães possuem a “sabedoria da ancestralidade, curavam doenças, dançavam pra lua, contavam histórias”. Se, por um lado, elas aprenderam muitos dos rituais de beleza com suas mães, foi também com elas que aprenderam a ser “bruxas”. Isso torna-se evidente quando Marisol pergunta como acabar com os piolhos e é respondida com uma receita que a mãe de Tália fazia (Figura 30) ou com a dica de Margarida para acabar com a dor de ouvido (Figura 31).

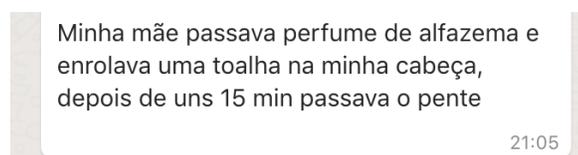


Figura 30: Receita para piolhos mãe da Iolanda compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

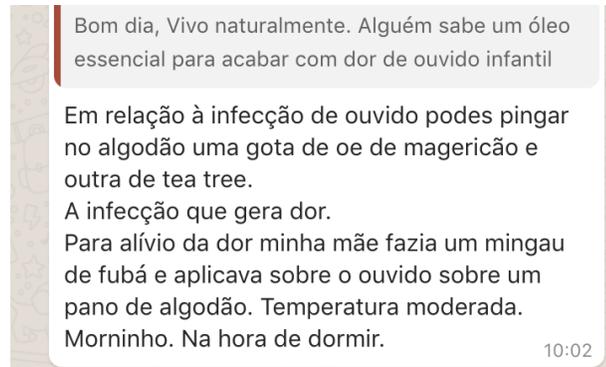


Figura 31: Receita para dor de ouvido mãe da Margarida compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Printscreen do grupo no Whatsap

Por fim, a figura materna aparece como aquela que cuida por meio de associações (Figura 32). Acácia pede indicação de um óleo para um momento de perda e em que é preciso se manter firme “sinto que agora minha energia está muito baixa”, explica. Cristal indica o óleo de Cipreste e, para explicar resumidamente seu efeito, diz ser “um óleo tipo mãe”. Chamado de óleo da transformação, sua associação com a mãe e o cuidado feminino está no fato de trazer “aceitação, apaziguando conflitos e desfazendo culpas internas, eliminando mágoas e tristezas antigas”. No capítulo anterior, observamos também o uso do feminino para designar zelo. Primeiro, quando Fernanda explica a mudança na decoração e o ritual de entrada que prepara o ambiente. Com sua “energia feminina” mais ativada, ela aprimorou essa etapa do ritual de passagem utilizando mais elementos como os panos peruanos, o bastão de selenita para limpeza e energização, as velas e os cristais. Depois, aparece na explicação da escolha dos óleos durante a oficina com Flora. A integrante da comunidade utilizou o óleo de Artemísia para evocar o cuidado feminino e provocar a sensação de aconchego em seus amigos e familiares com o spray que produziu.

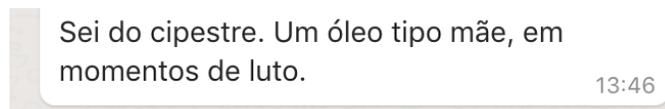


Figura 32: Mensagem de maternidade e cuidado compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

A relação de mãe e mulher com cuidado apareceu também no evocar da identidade “bruxesca” como uma marca que deve ser lembrada: “mulheres que cuidam dos próprios filhos, dos filhos de todos, das chagas de muitos, das milenares e desprezadas tradições originais, da fé,

da natureza, dos conhecimentos intuitivos, marca que jamais deveria ser apagada...”. Destaca-se ainda a ancestralidade no zelo, que deve ser passado de mães/avós para filhas/netas: “e que nos doam/ em forma de chá/ de ditado/ de prece/ de cuidado/ tudo quanto receberam das que as antecederam”.

Observamos o quanto a comunidade no ambiente digital cumpre uma função fundamental na conexão e desenvolvimento da identidade dessas mulheres, como aponta Hine (2015). É por meio dessa plataforma que compõe a vida social, que elas estabelecem relações e fortalecem o sentido de maternidade como expressão de si. Ser mãe faz parte da identidade dessas mulheres, que produzem sentido por meio da troca de conhecimento sobre cuidado com os filhos. Mas elas também aprendem com eles, como no caso de Aurora. A maternidade está ligada também à essência feminina, como vimos na seção anterior. Ela remete ao cuidado, à vida, à sabedoria, à luta e à divindade com a qual buscam se conectar.

4.1.2 Sustentabilidade: rede de confiança e Mãe Terra

A partir das dimensões já analisadas do *slow beauty*, compreendemos o quanto se pensa e se reelabora o sentido social com o consumo. Iniciando pelo ritual de passagem e suas camadas, os ritos preparatórios, a escolha dos materiais, os mitos que cercam o universo, os ingredientes, as motivações para entrar na comunidade, os rituais de inalação, a definição do movimento, as regras, as prescrições, as escolhas e especialmente as limitações e polêmicas, passando pela construção da identidade “bruxesca” e a essência feminina, descobrimos novas formas de sociabilidade e de transitar pelo mundo (MACHADO, 2015b). Por trás da teia de significados encoberta pelas práticas cotidianas, surgem as particularidades do fenômeno que não comporta abordagens generalizantes.

Considerando o movimento como uma alternativa, especialmente no que tange ao consumo, é preciso compreender o que de fato é consumo consciente ou sustentável para elas. Especialmente por tal definição também fazer parte da identidade dessas mulheres. É importante contrastar a observação participante com a expectativa que o conceito carrega. Nesse contexto, trabalharemos com duas questões, a relação entre consumidores e cidadãos de Canclini (1995) e o conceito de consumo sustentável do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD (1998). O primeiro aponta o consumo como uma nova forma de participação e, inclusive, de ser cidadão. Já o segundo, é definido como

o fornecimento de serviços e de produtos correlatos, que preencham as necessidades básicas e deem uma melhor qualidade de vida, ao mesmo tempo em que se diminui o uso de recursos naturais e de substâncias tóxicas, assim como as emissões de resíduos e de poluentes durante o ciclo de vida do serviço ou do produto, com a ideia de não se ameaçar as necessidades das gerações futuras (PNUD, 1998, p. 65).

Durante o ritual de passagem apareceram duas questões essenciais para a comunidade relacionadas à sustentabilidade. A primeira delas é a conexão com a Mãe Terra/Natureza. Como supracitado, essa divindade deve ser cultuada e preservada através das práticas do *slow beauty*. Na seção anterior, aprofundamos essa questão pela perspectiva da construção da maternidade, agora veremos esse elemento fundamental da identidade da comunidade a partir do ponto de vista da sustentabilidade. Observamos uma nova relação com a natureza, que não busca dominá-la, mas se conectar com ela. Isso se dá em função do mito da Mãe Terra como provedora de tudo, da vida à energia. Seus materiais são capazes de cuidar do corpo físico, das emoções e do espírito. Portanto, devemos cuidar da natureza, esse organismo vivo que guarda a essência feminina e o saber da ancestralidade. A essencialidade da conexão com a natureza para o bem-estar fica claro na publicação de Flora (Figura 33).



Figura 33: Publicação sobre maternidade e cuidado no perfil de Flora

Fonte: Printscreen do perfil de Flora no Instagram

Dessa maneira, mais do que a preocupação com as gerações futuras (Figura 34), a escolha por estilo de vida sustentável é também motivada por um desejo individual de se conectar com essa divindade, de obter dela os elementos essenciais para uma vida equilibrada ao passo em que se pratica o respeito e o reconhecimento de sua dimensão divina (Figura 35). Para chegar lá, elas

adotam práticas já conhecidas, como optar por embalagens recicláveis, eliminar materiais plásticos e produtos industrializados e comprar a matéria prima mais próxima de seu estado natural para fazer artesanalmente seus cosméticos. Já a conexão é estabelecida através do uso dos materiais *in natura*, dos rituais e seus elementos como os cristais. Susana explica em uma publicação no Instagram essa nova relação com a divindade que representa a natureza ao celebrar seu dia:

A Terra não é um planeta separado de nós, mas como um ser vivo que é ser celebrado, nutrido e cuidado - a PachaMama, TerraMãe, Espírito de Gaia, Unidos a celebramos o dia 1º de agosto - Dia de PachaMama - SOMOS A TERRA E A TERRA NOS FAZ SERMOS. Ofertamos a Terra com nossa alegria, nossos cantos, nossos sorrisos e abraços, nosso amor e gratidão, a nossa energia. "uno minhas mãos às tuas e o meu coração ao seu, para que, nós façamos juntos, o que sozinho eu não posso fazer".



Figura 34: Preocupação com as gerações futuras compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

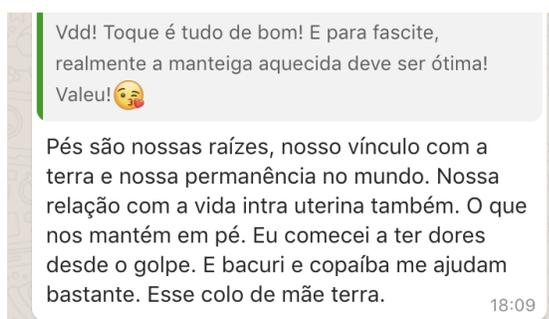


Figura 35: Conexão com a Mãe Terra compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

Para além da relação com a natureza, os novos sentidos produzidos pela comunidade incluem a construção de uma rede de confiança, esse é um valor comunitário que ao longo do período de imersão se transformou em um projeto individual das integrantes. Entendemos o consumo como participação social e cidadania exatamente por demarcarem através dessa rede seu lugar no mundo. Elas estabelecem uma relação de confiança com pequenos produtores, a proximidade e o fazer artesanal passam então a ser critérios para a escolha por determinados produtos. No ritual de passagem, Fernanda valoriza o fazer “com as mãos, em casa” e evoca o debate da legislação. Como exposto no capítulo anterior, há uma tensão da comunidade com a Anvisa, agência responsável pela regulamentação dos cosméticos, justamente por não reconhecer e criminalizar os produtores artesanais. O que está em jogo nessa rede de confiança é a relação pessoal e afetiva que os membros da comunidade mantêm com os produtores. É saber que o dinheiro que elas estão dando na compra de um creme vai para pagar a escola da filha ou manter o sítio da amiga.

A questão afetiva envolvida nessa rede é suficiente para que elas tenham confiança em quem produz e na qualidade. As indicações também têm um grande valor para elas, assim conhecem fornecedores e produtos novos. Dessa maneira, grande parte da conversa do grupo gira em torno dos relatos de experiências, dicas e indicações. A figura 36 sintetiza a ideia de rede de confiança ao apresentar a planilha colaborativa de indicações construída pelo grupo. Alimentada pelas integrantes, ela já conta com 11 produtores membros da comunidade, 18 externos e mais de 30 indicações. Por outro lado, os industrializados são cercados de desconfiança, especialmente pelo mito da saúde. Enquanto os produtos artesanais as aproximam da Mãe Terra e representam a vida e a saúde, os industrializados são os vilões. Além do uso de sintéticos e “químicos” que representam um risco, elas acreditam que “a indústria” está preocupada apenas com seus interesses e não com seus consumidores. Para maximizar o lucro, utilizam ingredientes tóxicos e não respeitam a natureza.

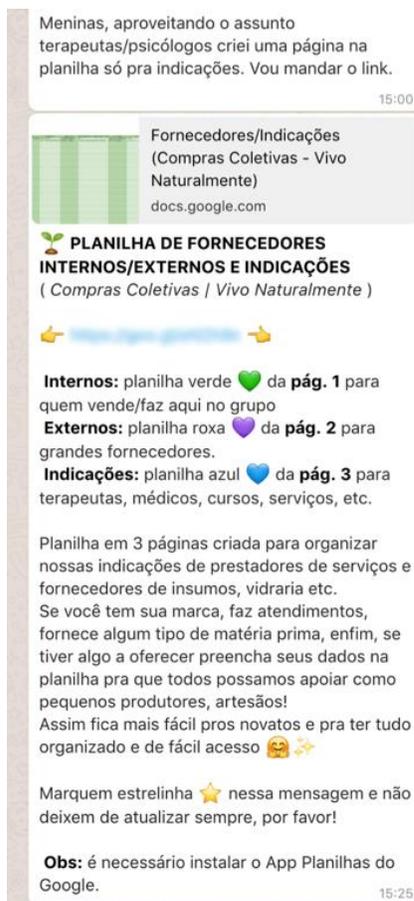


Figura 36: Rede de confiança compartilhada na comunidade Vivo Naturalmente

Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

Canclini (1995) e Appadurai (2009) apontam o consumo como um processo cultural de envio e recebimento de mensagens que demanda uma racionalidade sociopolítica interativa. As escolhas envolvidas nesse processo apontam para uma forma mais ativa de participação por meio da rede de confiança. Estela, por exemplo, compartilha em seu Instagram a importância de “comprar de quem faz”. Enquanto Margarida fala no vínculo e cuidado com a Mãe Terra. Ambas revelam dimensões importantes que definem a sustentabilidade para a comunidade. Compreendemos, portanto, a rede de confiança e a conexão com a natureza enquanto divindade como componentes importantes da identidade. Igualmente, identificamos esses elementos como componentes da sustentabilidade e valores comunitários que foram interiorizados e transformados em ação, como menciona Sawaia (1996).

4.1.3 Política: consumo e cidadania

Observamos como os caminhos percorridos pelas mulheres da comunidade Vivo Naturalmente demarcam um lugar no mundo, revelando uma racionalidade política por trás do consumo. Dessa forma, torna-se essencial compreender como essa questão está presente no cotidiano, especialmente ao atentarmos para o consumo como uma manifestação de cidadania:

as mudanças na maneira de consumir alteraram as possibilidades e formas de exercer a cidadania. [...] Junto com a degradação da política e a descrença em suas instituições, outros modos de participação se fortaleceram. Homens e mulheres perceberam que muitas das perguntas próprias dos cidadãos [...] recebem sua resposta mais através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva (CANCLINI, 1995, p. 29).

Primeiramente é preciso destacar que parte do trabalho de campo se deu em meio a uma conturbada eleição presidencial. A polarização evidente nas mídias tradicionais tomou conta do ambiente digital e, certamente, esteve presente na comunidade estudada. Nesse sentido, abordaremos a questão política para o grupo em dois momentos. O primeiro diz respeito às manifestações e implicações políticas cotidianas presentes antes e depois das eleições. O segundo traz um panorama dos debates que movimentaram a comunidade nesse período conturbado.

Ao longo das seções anteriores, abordamos temas relacionados à política, como a rede de confiança, a luta para desconstrução do papel da mulher e as articulações na comunidade para legalizar a produção artesanal. Como aponta Machado (2011), o descontentamento com as instituições formais de representação levou à criação de novas arenas de mobilização, entre elas o consumo. É a partir do ativismo presente nas escolhas dos bens que essa comunidade expressa sua autoidentidade. A autora aponta a ação política por meio do consumo com a adoção de causas sociais, protesto, busca pela liberdade de escolha, expressão de solidariedade e ética. Para compreender melhor essa produção de sentido político, é preciso considerar como eles são construídos e o contexto de sua produção.

As escolhas marcam um sentido simbólico e têm uma ação política relevante. Nesse sentido, a construção de uma rede de confiança visa fortalecer os laços afetivos e a identificação com os produtores. Especialmente em um contexto *fast* no qual os bens são adquiridos de forma totalmente individual e sem identificação daqueles que fizeram parte do processo de produção. Ao contrário das teorias que pregam o consumo como cultura do desperdício, do descartável e do supérfluo, observamos uma forte implicação sociopolítica na busca por “comprar de quem faz”.

Essa implicação fica ainda mais evidente com o compartilhamento de uma petição online para a legalização dos produtos artesanais ou o debate sobre a criminalização por parte da Anvisa abordada no capítulo anterior. O consumo serve, então, para pensar as inserções sociopolíticas e culturais.

Canclini (1995) aborda a questão da cidadania como a possibilidade de mapear direitos e deveres, modos de agir na vida social, intercâmbios sociais, culturais e comunitários. Ao escolher modos alternativos de consumo de produtos e serviços estamos, sem dúvida, exercendo-a. A comunidade marca sua posição política diante do mundo a partir de suas escolhas. Ao longo das seções anteriores vimos essas escolhas serem marcadas por questões socioambientais e de política de gênero. Ainda que pareçam individuais, a construção da identidade a partir do consumo tem uma forte dimensão pública. Isso porque a comunicação a partir dos bens constrói um sentido público, seja ele o empoderamento do autocuidado ou a liberdade e reconexão com a essência feminina. Observamos, portanto, que o modo de apropriação dos bens a partir de uma lógica particular, com seus ritos e mitos, marca um sentido político evidente.

Se por um lado vemos formas não tradicionais de participação política por meio do consumo e a produção de sentido que advém da apropriação de bens, por outro temos o clássico debate proporcionado pela polarização política atual. Mais do que constatar o lado com que a comunidade mais se identifica, nos interessa compreender como elas estabelecem as conexões das pautas debatidas com a identidade comunitária.

Os debates sobre os candidatos à presidência do Brasil tomaram quase a totalidade da conversa de meados de setembro ao final de outubro. Bem acalorados, os ânimos tiveram de ser acalmados com a mediação de Fernanda. Para controlar a situação caótica que quase beirava a troca de xingamentos, a aromaterapeuta se viu obrigada a estabelecer um horário para a discussão de cunho político. No entanto, à medida que notícias surgiam, que o segundo turno se aproximava e que as integrantes tinham disponibilidade para participar, as conversas aconteciam inclusive fora do horário estabelecido.

Como abordamos acima, a questão política perpassa as questões mais basilares da comunidade e faz parte da construção e expressão identitária de suas integrantes. No entanto, muitas não entendiam o grupo como espaço para esse tipo de discussão e foi proposto inclusive a criação de um outro grupo com esse propósito. Luna, por exemplo, expressa insatisfação com o tipo de conteúdo que estava sendo compartilhado. E Esmeralda acredita que o debate foge aos

objetivos do grupo. Gaia defende o espaço para discussão uma vez que “o momento pede que falemos em todos os ambientes”.

Duas questões essenciais para a comunidade foram identificadas como ponto de conflito com um dos candidatos, a luta da mulher e o meio ambiente (Figuras 37 e 38). Ser bruxa é resistência, é luta contra o preconceito e a opressão, é o grito de liberdade. É abraçar a natureza feminina e seguir a trilha de sangue deixada pelos ancestrais. É a sabedoria e a intuição, “o fogo da inquisição que arde em nós”. Dessa maneira, grande parte das integrantes aponta não ser condizente apoiar um candidato que é “contra as liberdades mais fundamentais” e que defende “a violência contra mulher”. As tensões se justificam à medida em que essas mulheres não querem perder novamente a conexão com sua natureza selvagem ou ter o seu corpo de mulher amaldiçoado. Se “carregamos a história de todas as mulheres” e do fogo da inquisição renascemos, não há volta. É preciso evocar a bruxa que habita em nós para se autotransformar e voar em direção à liberdade.



Figura 37: Debate sobre política na comunidade Vivo Naturalmente
Fonte: Printscren do grupo no WhatsApp



Figura 38: Continuação do debate sobre política na comunidade Vivo Naturalmente

Fonte: Printscreen do grupo no WhatsApp

No que tange ao meio ambiente, vemos uma discussão que reforça a ideia de uma Mãe Natureza/Terra com a qual devemos nos conectar. Corrobora também para a nova relação estabelecida com a natureza, cuja premissa é o respeito. As relações humanas também são mencionadas como parte desse ecossistema. Magnólia explica porque as propostas de determinado candidato não coadunam com essas questões basilares da comunidade: “por tudo que acreditamos e estamos aprendendo e reconceituando o tempo inteiro como proposta de vida, sustentabilidade, coleguismo, pensando o coletivo acaba que as propostas do candidato Bolsonaro vão extremamente de maneira horripilante de encontro (contra) o que pensamos”.

Suas propostas para o meio ambiente, bem como seus aliados, apresentam uma ameaça à cultura *slow beauty*. Para defender tal ponto de vista, elas mencionam o fim do Ministério do Meio Ambiente, a exploração da floresta amazônica, o fim da demarcação de terras indígenas, a falta de controle sobre os agrotóxicos e o genocídio de populações indígenas e quilombolas. Todos esses elementos promovem o desequilíbrio na relação com a natureza, bem como devassam a Mãe Terra, a divindade que representa a essência feminina e com a qual desejam se reconectar. Aquela que é fonte da vida e essencial para a saúde está em risco de ser contaminada pelos agrotóxicos, vilões,

assim como os sintéticos e industrializados mencionados anteriormente. A solução para prevenir tamanho caos é assumir a bruxa interior e lutar com a força e a sabedoria daquelas que “curavam doenças, dançavam para a lua e contavam histórias”. E como mulheres que cuidam ou, mais especificamente, como mães, “colocar no colo essa pátria tão sofrida. Niná-la. Dizer a ela que intolerância não cabe nesta bandeira colorida”.

Iniciamos a análise da identidade “bruxesca” a partir da essência feminina. Entre suas dimensões passamos pela questão da maternidade, da sustentabilidade com a construção de uma rede de confiança e conexão com a Mãe Terra para então aprofundar na racionalidade política e demarcação do movimento no mundo. Na próxima seção, observaremos como os vínculos e a colaboração também são esferas essenciais da identidade. Esses são construídos a partir das redes de conexão e de uma comunidade focada em compras coletivas.

4.1.4 Compras coletivas: conexões e colaboração

Criado em 2016, o grupo de compras coletivas reúne os membros interessados em participar da compra de matéria-prima para produzir os cosméticos. Ele conta com 166 participantes que trocam mensagens diariamente. Durante o período de observação, se destacaram três fenômenos: as pequenas compras, as grandes compras e os leilões. A seguir abordaremos cada um deles e suas particularidades. Antes, no entanto, precisamos destacar a importância das relações estabelecidas a partir do consumo. Elas revelam algumas significações simbólicas como a coletividade e reforçam outras abordadas anteriormente como a rede de confiança.

Miller (2007) e Vannini (2009) alertam para a sociabilidade construída em torno do consumo. Isto é, como o engajamento nessas atividades de compras coletivas pode revelar atitudes, comportamentos e sentimentos. A princípio já identificamos o grupo como uma busca para estabelecer conexões que compartilhem do desejo por determinados bens. Percebemos também a manifestação da identidade sustentável por meio da redução do desperdício e do consumo de produtos *in natura*. Os integrantes se unem para comprar diretamente com fornecedores que fazem parte da rede de confiança, os critérios para escolha são: a qualidade e a afetividade conferidas por meio de indicações ou proximidade de algum membro. Como aponta Vannini (2009), os objetos contam parte da história da comunidade, a riqueza da teia de significados reside justamente no processo que antecede a chegada dos bens: a realização dos pedidos.

As pequenas compras funcionam de maneira bem simples, algum membro anuncia que irá comprar um ingrediente de um determinado produtor e pede que os demais integrantes que tenham interesse em fazer parte se manifestem até uma certa data. Quem anuncia fica responsável pela intermediação com o produtor, com a cobrança e pagamento e com a divisão final do produto. Durante o processo de decisão, acontecem negociações para mudança do produtor escolhido, a depender da rede de confiança, e sobre o local de retirada. Angélica, por exemplo, conseguiu um desconto com uma marca e tenta convencer Pérola e Maísa a fechar a compra dos óleos essenciais com ela: “eu super topo. Mas não queria Bauru, não. Queria Ferquima. Até porque tem o desconto dos 20%...”. Como em uma dança, os pares se unem para fechar negócio.

Depois, aquele que ficou responsável pela compra faz a divisão do produto e anuncia sua chegada para os demais membros que, um a um, vão ao seu encontro buscar o tão esperado bem. A ideia é agilizar a compra de um material sem a burocracia das grandes compras. Outra possibilidade para as compras simples é através do anúncio de algum produtor do grupo. As redes de confiança são baseadas em relações próximas e afetivas entre os membros e os produtores, alguns deles sendo, inclusive, membros da comunidade. Eles anunciam, então, seus materiais no grupo e deixam em pontos estratégicos de retirada, a casa de outros membros de confiança. É o caso dos óleos da marca Essência da Bocaina: você pode retirar “no Maracanã com a Tati, em Madureira comigo, na Tijuca com a Márcia ou em Copacabana com a Melissa” explica.

As grandes compras têm mais complexidade e, portanto, demandam uma maior organização por parte da comunidade. Devido ao grande exercício de administração dessas compras, os responsáveis geralmente recebem uma comissão pelo trabalho que é informada desde o início. Seus anúncios vêm sempre acompanhados de um link para uma planilha colaborativa na qual os membros interessados assinalam os produtos que desejam comprar e a quantidade (Figura 39). Elas geralmente envolvem mais de um fornecedor e na primeira aba da planilha é possível encontrar as informações essenciais e as regras para participação:

Bem-vindos a compra coletiva! Abaixo seguem algumas informações e regras pensadas para melhorar o desempenho das listas.

1. Em vista o trabalho de organização das compras, será cobrada uma taxa de contribuição pelo trabalho que será feita das seguintes formas:

1.1. Para compras de até R\$50,00: Taxa de R\$7,50;

1.2. Para compras de mais de R\$50,00: Taxa de 15% do valor da compra.

1.3. Os descontos concedidos pelas lojas serão aplicados proporcionalmente a cada compra. P.ex.: A Destilaria Bauru oferece descontos progressivos que serão aplicados conformemente, subtraindo-se o valor necessário para pagamento do frete.

2. Atendem-se aos prazos para que consigamos realizar a compra no menor tempo possível;

3. PRAZOS:

- 3.1. Para pedidos: 21 a 24/01
 - 3.2. Para leilão: 25 a 28/01
 - 3.3. Para consolidação: 01 a 03/03
 - 3.3. Para pagamento: 04 a 06/03
 - 3.4. Para coleta: SOMENTE por duas semanas após a entrega das remessas por parte da transportadora
 4. Na aba "Dados", vocês poderão encontrar os totais a serem depositados e as informações da conta;
 5. Favor preencher nome e telefone na aba "Dados" para facilitar a comunicação;
 6. Em caso de desistência, você deve informar ao organizador e é sua responsabilidade repassar os itens da lista;
 7. Os participantes da compra devem trazer seu próprio material de medição (beckers), álcool 70 e papel toalha;
 8. Os participantes devem fornecer os frascos etiquetados para o fracionamento dos materiais;
 9. É responsabilidade dos participantes, bem como do organizador, conferir os itens no momento da entrega. Essa parceria é fundamental para evitarmos equívocos;
 10. Evitem trazer os vidros diretamente das lojas, os vidros podem estar sujos e contaminar os nossos preciosos óleos;
- Por enquanto é isso. Qualquer dúvida é só chamar que estou a disposição. Beijos aromáticos :*

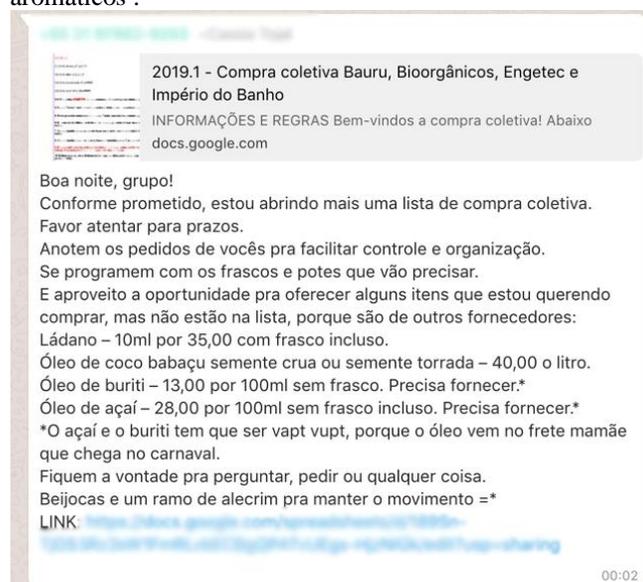


Figura 39: Anúncio da compra coletiva compartilhado na comunidade Vivo Naturalmente
 Fonte: Printscren do grupo no WhatsApp

Além das abas Consolidação e Dados, a planilha inclui uma aba por marca com os valores de cada produto por quantidade. Por exemplo, os óleos essenciais da Bauru e os preços por frasco de 100, 500 ou 1000 mililitros. Ou os óleos vegetais da Engetec por 50, 100, 500 ou 1000 mililitros. De fato, a organização das grandes compras demanda primeiramente um trabalho de pesquisa e contato com os fornecedores para montar a planilha com os produtos e valores disponíveis. Depende também do pagamento e recebimento desses produtos, bem como a posterior distribuição

para os demais membros da compra. Dessa forma, as compras grandes ficam na responsabilidade apenas de alguns membros mais antigos e que possuem uma proximidade maior com os fornecedores. Pérola é uma das principais organizadoras dessas compras coletivas e, quando não há nenhuma lista ativa, muitos pedem que ela abra uma nova. Seu trabalho é reconhecido pela comunidade: “santa Pérola”, exalta Ágata.

No entanto, a ideia de comissão para os responsáveis pelas compras parece não agradar a todas. Como solução, algumas se reuniram para fazer compras grandes em paralelo. Para organizar, elas criam grupos novos com os interessados no momento. Reconhecem, entretanto, a demora para finalizar em relação às listas de Pérola, “como nem todos podem assumir para ajudar no trabalho, você toca do jeito de sempre e quem tiver calma vem na onda do sem comissão que é mais devagar”. Greta explica a criação dessas listas paralelas sem comissão: “a ideia dos grupos sem comissão foi criar uma consciência colaborativa, mas que mesmo assim não dá vazão para o que a galera que vive de aroma precisa”. A ideia é também baratear o custo. Apesar das divergências, não há conflitos entre os membros ou responsáveis pelas diferentes listas. A ideia de colaboração é a base para as relações estabelecidas nessas trocas, ainda que haja uma comissão envolvida. O caso de Pérola é particular porque seu trabalho é reconhecido pelo grupo, e o pagamento é, para eles, justo. Todos se ajudam, seja pela questão da administração das listas, seja pela compra coletiva que reduz o preço dos produtos para todas.

Os leilões são, na verdade, uma etapa das compras coletivas, sejam elas grandes ou pequenas, comissionadas ou não. Como há uma quantidade mínima de produto para ter o desconto de compra no atacado, é preciso casar o número de pessoas com a quantidade necessária. Com a aproximação da data do pedido, os responsáveis pela compra iniciam uma busca pela peça-chave para encaixar as quantidades. Com o anúncio da quantidade de produto que falta e o preço, há uma corrida para quem preenche a vaga primeiro. Os produtos que não são pegos após a distribuição final também vão a leilão, e a possibilidade de pronta entrega anima os membros.

A criação de um grupo específico de compras coletivas indica um grande interesse pelo tema por parte da comunidade. Revela ainda o caráter colaborativo da identidade desse grupo. Satisfazendo o prazer individual através da compra e da participação e o bem-estar coletivo por meio do encaixe de peças para a compra. Mais importante do que os bens adquiridos, a grande questão para essas pessoas são as conexões e trocas estabelecidas nessa dança. É encontrar o par e

seguir os passos junto com ele. Quando a música acaba, eles ficam com o bem resultante do sucesso da sintonia.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Iniciamos o presente trabalho com reflexões teórico-metodológicas acerca do consumo e do corpo. As discussões a partir do olhar antropológico buscaram fundamentar a visão necessária a um estudo do *slow beauty* enquanto movimento autêntico de consumo consciente de cosmético, que produz sentido para seus membros e demarca um lugar no mundo. A abordagem da antropologia digital nos permitiu percorrer o mesmo caminho das integrantes fazendo deste relato o mais próximo possível da realidade. Reconhecemos, no entanto, nossa posição enquanto pesquisadoras, as experiências prévias e as relações estabelecidas a partir da pesquisa como determinantes para a descrição que apresentamos. Dessa forma, compreendemos que outras pesquisas realizadas com o mesmo grupo podem trazer resultados diferentes. Outro fator que contribui para essas múltiplas experiências são as diversas formas de engajamento no campo, especialmente o digital, apontadas por Hine (2015). Dado esse cenário, apresentaremos a seguir as considerações finais que esse percurso nos levou.

Partimos do objetivo geral de compreender a cultura do *slow beauty* através da comunidade Vivo Naturalmente. Para tanto, realizamos uma observação participante do ritual de passagem que marca a entrada de novos membros na comunidade. Os conceitos de mito e rito de Mauss (2003), Van Gennep (2011[1909]), Barthes (1999) e Rodrigues (1982) foram fundamentais para desvendar a teia de significados dessa etapa. Primeiro através do rito de entrada que prepara o ambiente com cristais, o símbolo do reiki e a vela para trazer acolhimento e sensação de estar em casa. Ele marca a separação da vida pré-comunidade e está cercado de simbologias como o acolhimento materno, a proteção dos cristais e a energia do fogo.

Seguimos com os relatos sobre motivação para entrar na comunidade e a compreensão dessa passagem como uma mudança de vida. Os depoimentos revelam a frustração e o estresse de uma vida baseada em falsos padrões de avaliação. Como aponta Freud (2011 [1930]), elas buscam sua maneira particular de ser feliz. Ainda que o autor indique a felicidade como um fenômeno episódico, a busca pelo autoconhecimento e pelo que lhes dá prazer individualmente não traz uma perspectiva finita para a comunidade. Elas reconhecem ser um processo de aprendizagem diário e de enfrentamento de expectativas de amigos e familiares. Pensando os ritos a partir das contradições e soluções que são capazes de revelar, identificamos ainda a busca pela liberdade feminina e um reencontro com a sua essência por meio do resgate ancestral e da conexão com a natureza.

O debate sobre o *slow beauty*, legislação e consumo consciente apontaram para uma racionalidade na escolha dos produtos consumidos como indica Canclini (1995). No entanto, confirmamos a hipótese de que tal racionalidade estaria ligada ao mito da saúde e da ciência. A visão holística da comunidade compreende beleza como saúde e, portanto, acredita no cuidado integral para alcançar esse fim. Nesse cenário, os bens devem não só trazer benefícios estéticos, mas principalmente para o corpo interno, para a mente e para o espírito. Nesse sentido, os produtos industrializados e sintéticos são vilões, responsáveis por promover o desequilíbrio com o meio ambiente e doenças como o câncer. Por outro lado, o mito do natural traz a segurança que elas precisam. São naturais quaisquer elementos vindos diretamente da natureza. Nesse ponto, identificamos uma contradição com alguns óleos essenciais utilizados por elas, que, apesar de serem tidos como naturais, são frutos de modificações feitas em laboratório. Para passar do domínio do sintético para o natural, elas utilizam novamente o mito da saúde. Eles são naturais porque as alterações retiram toxinas prejudiciais ao corpo e à saúde.

A partir da discussão sobre cultura material em Miller (1998; 2007) e Vannini (2009), compreendemos a particularidade dos bens para essa comunidade. Mais do que a simples compra, o valor para essa comunidade reside nos laços sociais. E relacionamentos estabelecidos a partir do processo de escolha, elaboração e aplicação dos cosméticos enquanto produção criativa. Elas, novamente, demarcam seu lugar no mundo e projetam sua autoimagem a partir de suas misturinhas. O compartilhamento dos aromas e o fazer coletivo quando a proposta era a construção individual evidenciaram o caráter coletivo do consumo para essas mulheres. Dessa forma, confirmamos também a hipótese inicial de mudança da relação com os bens. Se antes elas buscavam produtos nas gôndolas de forma individual e focando nos benefícios, agora elas passaram a elaborar os próprios cosméticos e a estabelecer laços importantes nesse processo.

Foi também através da observação das escolhas para criação dos cosméticos que verificamos uma dualidade crucial para essa comunidade. Enquanto as práticas indicam a busca pela autonomia, emancipação feminina e autodescoberta, certas escolhas e justificativas reforçam o papel social da mulher hegemônico. Foi através da observação da comunidade digital e das entrevistas que compreendemos essa aparente contradição na construção da identidade “bruxesca”. Essa é constituída pelos seguintes elementos: a essência feminina; a sustentabilidade; a política; e a colaboração.

Para as integrantes da comunidade a essência feminina está ligada à ancestralidade. É o resgate da luta daquelas que as antecederam e a conexão com essas mulheres por meio da resistência. Também fazem parte da identidade feminina a intuição e o cuidado. A bruxa reúne todos esses valores e significados, isto é, ela é representação que produz sentido a partir das narrativas construídas (HALL, 2016). Por um lado, ela representa a luta contra os padrões hegemônicos e a liberdade feminina. Por outro, reproduz o estereótipo da mulher com o sexto sentido e responsável pelo cuidado e geração de vidas. Embora soe contraditório, essas características revelam o poder feminino, especialmente se considerarmos que tais traços são provenientes da conexão e proximidade das mulheres com a Mãe Terra, divindade responsável pela vida e pelo equilíbrio.

Nesse contexto, observamos o uso do corpo com o pronome possessivo para indicar sua retomada pelas mulheres. Elas agora possuem autonomia no cuidado, o que lhes permite adotar nas práticas e rituais ancorados na visão holística de saúde e beleza. Ao contrário do que indicam Reisher e Koo (2004), o discurso médico da “natureza/essência feminina” é utilizado para reinventar a atuação dessas mulheres, trazendo novas possibilidades de luta e valorizando sua sabedoria, não aparando a estrutura social dominante. É justamente pela oposição à normatividade que elas negociam os valores e significados sociais. Não querem ser princesas, querem ser bruxas.

Uma outra dimensão da essência feminina é a maternidade. Ela está presente em grande parte da conversa no ambiente digital e no presencial e diz respeito tanto ao compartilhamento da experiência da maternidade, quanto do resgate ancestral com as receitas de mãe e avós. Com elas as integrantes da Vivo Naturalmente aprenderam não só os rituais de beleza padrão, mas a serem bruxas e a resgatarem a sabedoria ancestral de resistência. Por fim, a maternidade é representada por uma divindade, a Mãe Terra ou Mãe Natureza. Essa entidade protetora com a qual elas buscam se conectar e referenciar.

A sustentabilidade aparece como parte da identidade através da rede de confiança e da própria Mãe Terra. A nova relação que elas buscam com o meio ambiente é explicada por meio do culto e da preservação dessa entidade. A harmonia proveniente dessa relação de dependência com a natureza garante a saúde em suas dimensões corpórea, psíquica e espiritual. Nesse sentido, a sustentabilidade é, para elas, esse desejo de se conectar com a divindade e obter a partir de uma relação de respeito os elementos essenciais para uma vida equilibrada e saudável. A sustentabilidade também está ligada à relação afetiva que as integrantes da Vivo Naturalmente

estabelecem com quem fazem transações comerciais. As dicas, trocas e experiências e indicações evidenciam uma rede de confiança por meio da qual elas fazem do consumo uma forma de participação social e cidadania. Isso porque elas acreditam que os membros dessa rede compartilham de seus valores e, ao contrário da indústria, estão preocupados com elas e com o meio ambiente. Como indica Appadurai (2009), há uma racionalidade sociopolítica interativa por trás do consumo.

Com o enfraquecimento das formas tradicionais de fazer política, Canclini (1995) e Machado (2011) identificaram no consumo a participação coletiva e novas arenas de mobilização. Para além das escolhas por produtos que agridam menos o meio ambiente e por “comprar de quem faz”, identificamos uma participação política através das petições e debates sobre a legalização da produção artesanal. No que diz respeito às formas de participação política tradicionais observamos as discussões em torno das eleições e as conexões que elas estabeleceram entre a identidade comunitária e as pautas dos principais candidatos. Apareceram duas questões essenciais que corroboram para as dimensões identitárias mencionadas acima, são elas a liberdade feminina e o meio ambiente. Um dos candidatos pregava valores ultraconservadores não compatíveis com a ideia da bruxa que a comunidade havia construído. Ele também representava um risco à Mãe Terra pelas políticas pró agrotóxicos e exploração da natureza. Diante de tal cenário, a comunidade compreendeu que era seu papel debater essas questões e se colocar como resistência utilizando a sabedoria ancestral na luta e o cuidado de mãe para acalmar os corações inquietos.

Já as compras coletivas evidenciam a sociabilidade estabelecida por meio do consumo (MILLER, 2007). A colaboração é entendida aqui como uma dimensão da identidade da comunidade uma vez que permeia as diversas etapas do consumo. Como supracitado, ela faz parte da elaboração artesanal dos cosméticos, com a troca de informações e de percepções sobre os produtos no ritual de passagem. Ela é também a base para o eixo de aquisição de novos bens por grande parte da comunidade através do grupo de compras coletivas. Elas satisfazem o desejo individual com a aquisição de um bem ao passo em que participam e promovem o bem-estar coletivo com a união das expectativas. Nesse contexto, os bens têm papel secundário. A importância reside nas trocas e conexões estabelecidas no processo de compra.

Por fim, precisamos reforçar a ideia de comunidade como a construção de uma identidade social, a ideia de um “nós” é mais importante do que a proximidade física dos participantes (ANDERSON, 2008 [1983]). No caso da Vivo Naturalmente, a construção da identidade

“bruxesca” a evidencia enquanto comunidade imaginada. A linguagem (KAVOURA, 2014), a compreensão das normas e manutenção das conexões sociais (GRUZD; WELLMAN; TAKHTEYEV, 2011) indicam um espírito comunitário que auxilia na manutenção de laços estabelecidos no ambiente presencial. Observamos o compartilhamento de conexão emocional, de contribuições e um esforço para construção da história da comunidade através da identidade e dos debates sobre sustentabilidade e política como apontam McMillan e Chavis (1986). Compreendemos, portanto, a Vivo Naturalmente como comunidade. Um espaço de valorização das individualidades e de promoção da satisfação coletiva através do desenvolvimento das potencialidades (SAWAIA, 1996).

Entendemos que a pesquisa sobre o movimento *slow beauty* não se encerra nessa dissertação. Pelo contrário, ela amplia as possibilidades de campos a serem investigados em outros estudos. Desse modo, apontamos abaixo alguns caminhos para potenciais investigações futuras:

1. Estudos sobre a relação do *slow beauty* com o afloramento dos movimentos ecofeministas;
2. Análise das implicações legais dos movimentos *slow*, compreendendo como essas novas formas de consumo demandam mudanças estruturais;
3. Investigação sobre o impacto desses movimentos na indústria de cosméticos, especialmente no que tange a comunicação.

REFERÊNCIAS

- ADAMS, M.; RAISBOROUGH, J. Making a difference: ethical consumption and the everyday. In: **The British Journal of Sociology**, v. 61, n. 2, p. 256-274, 2010.
- ADLER, P. A.; ADLER, P.; FONTANA, A. Everyday life sociology. In: **Annual Review of Sociology**, v. 13, n. 1, p. 217-235, 1987.
- ANDERSON, B. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- APPADURAI, A. Mercadorias e a Política de Valor. In: **A Vida Social das Coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: EdUFF, 2009.
- ARIÈS, P. **História Social da Criança e da Família**. 2 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981
- ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- ATKINSON, P.; COFFEY, A.; DELAMONT, S.; LOFLAND, J.; LOFLAND, L.. Editorial Introduction. In: ATKINSON, P.; COFFEY, A.; DELAMONT, S.; LOFLAND, J.; LOFLAND, L. (org). **Handbook of Ethnography**. London: Sage, p. 1-7, 2001.
- BAIN, J. “Darn right I’m a feminist. . .Sew what?” the politics of contemporary home dressmaking: Sewing, slow fashion and feminism. In: **Women’s Studies International Forum**, v. 54, p. 57–66, 2016.
- BALSAMO, A. **Technologies of the Gendered Body: Reading Cyborg Women**. Durham, NC: Duke Univ. Press, 1996.
- BANNER, L. **American Beauty**. New York: Knopf, 1983.
- BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Zahar, 2004.
- BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, p. 47-64, 2013.
- BARBOSA, L.; PORTILHO, F.; WILKINSON, J.; DUBEUX, V. Trust, participation and political consumerism among Brazilian youth. In: **Journal of Cleaner Production**, v. 63, p. 93-101, 2014.
- BARTHES, R. **Mitologias**. Siglo xxi, 1999.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.

BAUER, M. A.; WILKIE, J. E. B.; KIM, J. K.; BODENHAUSEN, G. V. Cuing Consumerism: Situational Materialism Undermines Personal and Social Well-Being. In: **Psychological Science**, v. 23, n. 5, p. 517-523, 2012.

BAUMAN, Z. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BAUMAN, Z. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Zahar, 2003.

BECK, C. G.; DE FARIA PEREIRA, R. de C. Environmental concerns and conscious consum: mine, yours and our interests/Preocupacao ambiental e consumo consciente: os meus, os seus e os nossos interesses/Preocupación ambiental y consumo consciente: mis, sus y nuestros intereses. In: **Revista de Gestão Ambiental e da Sustentabilidade**, v. 1, n. 2, p. 53-80, 2012.

BECKER, A. E. Nurturing and negligence: working on others' bodies in Fiji. In: CSORDAS, T. (ed.) **Embodiment and experience: The existential ground of culture and self**, v. 2, p. 100, 1994.

BENEITO-MONTAGUT, R. Ethnography goes online: Towards a user-centred methodology to research interpersonal communication on the internet. In: **Qualitative Research**, v. 11, n. 6, p. 716-735, 2011.

BOOKCHIN, M. **Ecologia social e outros ensaios**. Organização e revisão da tradução de Mauro José Cavalcanti. Rio de Janeiro, Achiamé, 2010.

BOONE, L. E.; KURTZ, D. L. **Marketing contemporâneo**. 8 ed. Rio de Janeiro: LTC, 1998.

BORDO, S. **Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body**. Berkeley: Univ. Calif. Press, 1993.

BRASIL. **Pesquisa brasileira de mídia 2016 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Secretaria Especial de Comunicação Social – Secom, 2016.

BRAY, J.; JOHNS, N.; KILBURN, D. An exploratory study into the factors impeding ethical consumption. In: **Journal of Business Ethics**, v. 98, n. 4, p. 597-608, 2011.

BROADWAY, M. Implementing the Slow Life in Southwest Ireland: A Case Study of Clonakilty and Local Food. In: **Geographical Review**, v. 105, n. 2, p. 216–234, 2015.

CALOGERO, R. M. et al. Trappings of femininity: A test of the? beauty as currency? hypothesis in shaping college women's gender activism. In: **Body Image**, v. 21, p. 66–70, 2017.

CANCLINI, N.. O consumo serve para pensar. In: **Consumidores e Cidadãos**. Rio de Janeiro: ed UFRJ, 1995. P. 51-100.

CLARK, J. P. Buying Beauty: Female Beauty Consumption in the Modern British World. In: **History Compass**, v. 14, n. 5, p. 206–217, 2016.

COMTECH KANTAR WORLDPANEL. **Kantar Worldpanel ComTech Global Consumer.** White paper and VIP report, 2016.

CONNELL, RW. **Masculinities.** Berkeley: Univ. Calif. Press, 1995.

COSTA, M. R. da. Infância, educação e processos culturais: um estudo a partir da sociologia configuracional de Norbert Elias. In: **Simpósio Internacional Processo Civilizador**, v. 11, p. 114-123, 2008.

DA MATTA, R. O carnaval como rito de passagem. In: **Ensaio de antropologia estrutural**, p. 19-66, 1973.

DOUGLAS, M. **Natural symbols: Explorations in cosmology.** New York: Pantheon Books, 1970.

DOUGLAS, M. **Pureza e perigo: ensaio sobre a noção de poluição e tabu.** Lisboa: Edições, v. 70, 1991.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo.** UFRJ, 2013.

ELIAS, N. **A sociedade dos indivíduos.** Zahar, 1994a.

ELIAS, N. **O Processo Civilizador: uma história dos costumes**, vol. 1. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1994b.

ELLMANN, M. **The Hunger Artists: Starving, Writing, and Imprisonment.** Cambridge, MA: Harvard Univ. Press, 1993.

EUROMONITOR. **Beauty and Personal Care in Brazil 2016.** Disponível em: <<http://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care-in-brazil/report>> Acesso em: 29 de julho de 2017.

FALUDI, S. **Stiffed: The Betrayal of the American Man.** New York: Morrow, 1999.

FREUD, S. **O mal-estar na civilização.** São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2011 [1930].

FROMM, E. **Ter ou Ser?.** Rio de Janeiro (Zahar Editores) 1987.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro, Editora Guanabara, 1989.

GIDDENS, A. **Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age.** Stanford university press, 1991.

GIGLIO, E. **O comportamento do consumidor e a gerência de marketing**. São Paulo: Pioneira, 1996.

GILCHRIST, R. **Gender and material culture: the archaeology of religious women**. Psychology Press, 1997.

GILMAN, SL. **Creating Beauty To Cure the Soul**. Durham: Duke Univ. Press, 1998.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: vozes, v. 17, 1995.

GRUZD, A; WELLMAN, B; TAKHTEYEV, Y. Imagining Twitter as an imagined community. In: **American Behavioral Scientist**, v. 55, n. 10, p. 1294-1318, 2011.

GOUDSBLOM, J. Pensar com Elias. In: GARRIGOU, A.; LACROIX, B. (orgs.) **Norbert Elias: a política e a história**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2001.

GUMMERUS, J.; LILJANDER, V.; SIHLMAN, R. Do Ethical Social Media Communities Pay Off? An Exploratory Study of the Ability of Facebook Ethical Communities to Strengthen Consumers' Ethical Consumption Behavior. In: **Journal of Business Ethics**, p. 1-17, 2015.

HALL, S. **Cultura e representação**. PUC-Rio, 2016.

HARGITTAI, E.; HINNANT, A. Digital inequality: Differences in young adults' use of the Internet. In: **Communication research**, v. 35, n. 5, p. 602-621, 2008.

HAYNES, N. **Social media in northern Chile**. UCL Press, 2016.

HENDRIKX, B. et al. Understanding the geographical development of social movements: a web-link analysis of Slow Food. In: **Global Networks**, v. 17, n. 1, p. 47-67, 2017.

HINE, C. **Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday**. Bloomsbury Publishing, 2015.

HORST, H. A.; MILLER, D. (Ed.). **Digital anthropology**. A&C Black, 2012.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Guia de responsabilidade social para o consumidor**. São Paulo, IDEC, 2004.

ISHIDA, K. From the age of fast beauty to age of slow beauty, the postmodern value. In: **International Journal of Cosmetic Science**, v. 28, n. 6, p. 461-461, 2006.

JAMESON, F. **Pós-modernismo. A lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 2004.

JONES, Q. Virtual-Communities, Virtual Settlements & Cyber-Archaeology: A Theoretical Outline. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 3, n. 3, p. 0-0, 1997.

- JUNG, S.; JIN, B. A theoretical investigation of slow fashion: Sustainable future of the apparel industry. In: **International Journal of Consumer Studies**, v. 38, n. 5, p. 510–519, 2014.
- JUNG, S.; JIN, B. From quantity to quality: understanding slow fashion consumers for sustainability and consumer education. In: **International Journal of Consumer Studies**, v. 40, n. 4, p. 410–421, 2016a.
- JUNG, S.; JIN, B. Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach. In: **Sustainability (Switzerland)**, v. 8, n. 6, 2016b.
- KAVOURA, A. Social media, online imagined communities and communication research. In: **Library Review**, v. 63, n. 6/7, p. 490-504, 2014.
- KAW, E. Opening faces: the politics of cosmetic surgery and Asian American women. In: **Many mirrors: Body image and social relations**, p. 241-265, 1994.
- LÉVI-STRAUSS, C. **Antropologia Estrutural**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- LÉVI-STRAUSS, C. **Mito e Significado**. Tradução Antônio Marques Bessa. Coletivo Sabotagem, 1978.
- LÉVI-STRAUSS, C. **Pensamento Selvagem (o)**. Papirus Editora, 1989.
- LIVINGSTONE, S. Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. In: **The Communication Review**, v. 7, n. 1, p. 3-14, 2004.
- LONG, M. A.; MURRAY, D. L. Ethical consumption, values convergence/divergence and community development. In: **Journal of Agricultural and Environmental Ethics**, v. 26, n. 2, p. 351-375, 2013.
- MACHADO, M. **Antropologia digital e experiências virtuais do museu de favela**, Curitiba: Appris, 2017.
- MACHADO, M. **Consumo e politização: discursos publicitários e novos engajamentos juvenis**. Mauad Editora Ltda, 2011.
- MACHADO, M. Polymedia e culturas juvenis: estudo de caso em uma favela carioca. In: **Revista Z Cultural (UFRJ)**, v. Ano X, p. 50-65, 2015b.
- MACHADO, M. Webcam no contexto da antropologia digital. In: **Comunicação, Mídia e Consumo (Online)**, v. 12, p. 146, 2015a.
- MADIANOU, M.; MILLER, D. Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. In: **International Journal of Cultural Studies**, v. 16, n. 2, p. 169–187, 2013.

MADIANOU, M.; MILLER, D. Mobile phone parenting: Reconfiguring relationships between Filipina migrant mothers and their left-behind children. In: **New media & society**, v. 13, n. 3, p. 457-470, 2011.

MAUSS, M. **Sociologia e antropologia**. Cosac &Naify, 2003.

MCMILLAN, D. W.; CHAVIS, D. M. Sense of community: A definition and theory. In: **Journal of community psychology**, v. 14, n. 1, p. 6-23, 1986.

MILLER, D. (Ed.). **Material cultures: Why some things matter**. University of Chicago Press, 1998.

MILLER, D. et al. **How the world changed social media**. UCL press, 2016.

MILLER, D. Anthropology is the discipline but the goal is ethnography. In: **HAU: Journal of Ethnographic Theory**, v. 7, n. 1, p. 27-31, 2017.

MILLER, D. Consumo como cultura material. In: **Horizontes Antropológicos**, v. 13, n. 28, p. 33–63, dez. 2007.

MILLER, D. The unpredictable mobile phone. In: **BT Technology Journal**, v. 24, n. 3, p. 41-48, 2006.

MILLER, D. **Tales from facebook**. Polity, 2011.

MILLER, D; SINANAN, Jolynna. **Webcam**. John Wiley & Sons, 2014.

MOURA, I. B.; MACHADO, M. Comunidade no contexto digital: uma discussão teórica. In: **7ª Conferencia Internacional de Psicología Comunitaria**, Universidad de Chile - Santiago do Chile, 2018c.

MOURA, I. B.; MACHADO, M. Consumo Consciente e Cibercultura: uma etnografia digital do movimento slow beauty. In: **XII Reunión de Antropología del Mercosur**, Universidad Nacional de Misiones – Posadas, 2017.

MOURA, I. B.; MACHADO, M. Slow beauty: comunidade e construção de novas práticas. In: **7ª Conferencia Internacional de Psicología Comunitaria**, Universidad de Chile - Santiago do Chile, 2018b.

MOURA, I. B.; MACHADO, M. Slow Beauty: uma etnografia digital do consumo consciente de cosméticos. In: **IX Pró-PesqPP – Encontro Nacional de Pesquisadores em Publicidade e Propaganda**, USP - SP, 2018a.

NICHTER, M. **FatTalk: What Girls and Their Parents Say About Dieting**. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press, 2000.

- NICOLESCU, R. **Social Media in Southeast Italy**. UCL Press, 2016.
- O'NEILL, B.; HAGEN, I. Media Literacy. In: LIVINGSTONE, S.; HADDON, L. (ed.), **Kids online: Opportunities and risks for children**, Policy press, p.229-240, 2009.
- ORBACH, S. **Fat is a Feminist Issue**. New York: Paddington Press, 1978.
- ORNEILAS, R. Impacts of electric vehicles collaborative consumption in the city of Sao Paulo/Impactos do consumo colaborativo de veiculos eletricos na cidade de Sao Paulo. In: **Future Studies Research Journal: Trends and Strategy**, v. 5, n. 1, p. 33-63, 2013.
- OSSMAN, S. **Three Faces of Beauty: Casablanca, Paris, Cairo**. Duke University Press, 2002.
- OZDAMAR ERTEKIN, Z.; ATIK, D. Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion. In: **Journal of Macromarketing**, v. 35, n. 1, p. 53-69, 2015.
- PAPAOIKONOMOU, E.; VALVERDE, M.; RYAN, G. Articulating the meanings of collective experiences of ethical consumption. In: **Journal of Business Ethics**, v. 110, n. 1, p. 15-32, 2012.
- PEISS, K. **Hope in a jar: The making of America's beauty culture**. University of Pennsylvania Press, 2011.
- PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Consumo sustentável**. Trad. Admond Ben Meir. São Paulo: Secretaria do Meio Ambiente/IDEC/Consumers International, 1998.
- REDE WWF. **Planeta Vivo Relatório 2014**. Disponível em: <http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/relatorio_planeta_vivo/> Acesso em: 12 de dezembro de 2015.
- REISCHER, E.; KOO, K. S. The body beautiful: Symbolism and agency in the social world. In: **Annu. Rev. Anthropol.**, v. 33, p. 297-317, 2004.
- ROCHA, E. **O que é mito**. Brasiliense, 2017.
- RODRIGUES, J. C. **O corpo na história**. Editora Fiocruz, 2014.
- RODRIGUES, J. C. O Rei e o Rito. In: RODRIGUES, J. C. In: **Ensaio em Antropologia do Poder**, Terra Nova Editora, 1992.
- RODRIGUES, J. C. **Tabu do Corpo**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1975.
- RODRIGUES, J. C. **Tabu do Corpo**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1979.
- SADE-BECK, L. Internet ethnography: Online and offline. In: **International Journal of Qualitative Methods**, v. 3, n. 2, p. 45-51, 2008.

SANTOS, T. C. et al. Movimento do consumo consciente: do cidadão consumidor ao consumidor cidadão. In: **Anais do Encontro de Administração Pública e Governança– EnAPG**. Salvador, BA, Brasil, 2008.

SASSATELLI, R. Consumer Culture, Sustainability and a New Vision of Consumer Sovereignty. In: **Sociologia Ruralis**, v. 55, p. 483 - 496, 2015.

SAWAIA, B. B. Comunidade: a apropriação científica de um conceito tão antigo quanto a humanidade. In: **Psicologia Social Comunitária. Da Solidariedade à Autonomia**, p. 35-53, 1996.

SCANLON, J. (Ed.). **The gender and consumer culture reader**. NYU Press, 2000.

SENNET, R. **The fall of public man: On the Social Psychology of Capitalism**. New York, 1978.

SENNETT, R. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SILVA, K.; COVALESKI, R. A Representatividade do Corpo na Publicidade Brasileira: estereótipos de beleza e o corpo diferente. In: HOFF, T. (org.). **Corpos Discursivos: dos regimes de visibilidade às biossociabilidades do consumo**. Recife: Editora UFPE, 2016.

SOUZA, C. de M. O conceito de cultura e a metodologia etnográfica: Fundamentos para uma Psicologia Cultural. In: **Tecendo o desenvolvimento. Rio de Janeiro: MAUAD: Bapera Editora**, 2003.

STROZENBERG, I. Antropologia e Comunicação: que conversa é essa. In: TRAVANCAS, Isabel; FARIAS, Patrícia (org). **Antropologia e Comunicação**. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

STUART, A.; DONAGHUE, N. Choosing to conform: The discursive complexities of choice in relation to feminine beauty practices. In: **Feminism & Psychology**, v. 22, n. 1, p. 98–121, 2012.

TENCATI, A.; ZSOLNAI, L. Collaborative Enterprise and Sustainability: The Case of Slow Food. In: **Journal of Business Ethics**, v. 110, n. 3, p. 345–354, 2012.

TILLEY, C. Objectification. In: **Handbook of material culture**, p. 60-73, 2006.

TÖNNIES, F. **Community and Society: Gemeinschaft und Gesellschaft**. East Lansing: The Michigan State University Press, 1957.

TURNER, T. Bodies and anti-bodies: flesh and fetish in contemporary social theory. In: CSORDAS, T. (ed.) **Embodiment and experience: The existential ground of culture and self**, v. 2, p. 100, 1994.

TURNER, V. **O processo ritual**. Petrópolis: Ed. Vozes, 1974.

VAN BOMMEL, K.; SPICER, A. Hail the Snail: Hegemonic Struggles in the Slow Food Movement. In: **Organization Studies**, v. 32, n. 12, p. 1717–1744, 2011.

VAN GENNEP, A. V. **Os ritos de passagem**. 2. ed., Trad. Mariano Ferreira. Petrópolis: Vozes, 2011 [1909].

VANNINI, P. (Ed.). **Material culture and technology in everyday life: Ethnographic approaches**. Peter Lang, 2009.

VARELLA, H. B. **Terrapia: o diálogo da alimentação viva na cultura local de digital**. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.

VASCONCELOS, E. M.; KLEIN, A.; FREITAS, C. D.; FONSECA, M. L. Abordagens psicossociais: v. II: reforma psiquiátrica e saúde mental na ótica da cultura e das lutas populares. In: **SaudeLoucura**, v. 25, 2008.

WEBER, M. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. v. 1. Brasília: UnB, p. 209-227, 1999.

WILLIAMS, L. T. et al. A taste of ethical consumption at a slow food festival. In: **Appetite**, v. 91, p. 321–328, 2015.

WOLF, N. **The Beauty Myth**. New York: Morrow, 1991.

YANG, J. Nennu and Shunu: Gender, Body Politics, and the Beauty Economy in China. In: **Signs: Journal of Women in Culture and Society**, v. 36, n. 2, p. 333–357, 2011.

YEOW, P.; DEAN, A.; TUCKER, D. Bags for Life: The Embedding of Ethical Consumerism. In: **Journal of Business Ethics**, v. 125, n. 1, p. 87-99, 2014.

ZARLEY WATSON, M.; YAN, R. An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers. In: **Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal**, v. 17, n. 2, p. 141–159, 2013.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE DAS AULAS

Data: _____ Local: _____ Aula: _____

Horário de início: _____ Horário de término: _____

1. Descrição do ambiente

- a) As alunas levaram dispositivos móveis como celular, tablet e/ou computador?

2. Participação

- a) As alunas participam da aula? De que maneira?
b) Fazem perguntas? Quais?
c) A professora estimula a participação? Como?
d) Como ela reage a participação espontânea?

3. Linguagem

- a) A professora utiliza termos técnicos? As alunas compreendem?
b) As aulas utilizam termos técnicos?

4. Os bens

-
-
- a) Qual o valor prático dos produtos?
 - b) Qual o valor simbólico? Quais significados sociais e culturais estão atrelados a ele?

5. Mitos e Ritos

- a) Quais as justificativas e finalidades para os usos de cada produto?
- b) Quais as justificativas e finalidades para os usos de cada ingrediente?
- c) Descrever os modos de preparo.
- d) Quem pode ser responsável pelo ato ou o mágico? Por quê?
- e) Quais as ferramentas utilizadas? Por quê?
- f) Quais os materiais utilizados? Por quê?
- g) Quais são as condições de tempo para realização do ato? Por quê?
- h) Quais são as condições de lugar e/ou espaço? Por quê?
- i) Considerações sobre os ritos de entrada.
- j) Há prescrições para os mágicos? Quais? Vestimentas, privações prévias ou condições mentais? Por quê?
- k) Há ritos orais? Quais? Falas juramentos, votos? Por quê?
- l) Há ritos de saída? Quais? Destruir, jogar fora ou purificar algo? Por quê?

APÊNDICE B – ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE DO GRUPO VIVO NATURALMENTE NO WHATSAPP

1. Descrição do grupo

2. Interação entre os membros e conteúdo

- a) Quais são os principais tópicos discutidos no grupo?
- b) Existe algum assunto proibido?
- c) Qual a linguagem utilizada? Ela é clara? Elas utilizam termos técnicos ou do nicho?
- d) Os membros usam links externos?
- e) Quais são os recursos utilizados para cada tipo de conteúdo?
- f) As integrantes participam das discussões, expõem dúvidas? Como?
- g) As dúvidas individuais são socializadas e usadas como oportunidades de aprendizagem de todas?
- h) Como é a resolução de conflitos?

3. Relação dos membros

- a) Qual a relação entre as integrantes do grupo?
- b) É um ambiente receptivo/acolhedor ou é fechado?
- c) Existe um clima colaborativo?
- d) Há espaço para outro membro falar o que pensa, como se sente ou criticar?
- e) Elas compartilham suas experiências?
- f) Com que frequência elas se falam?
- g) Há conversas paralelas ou no privado?
- h) Alguém se destaca mais? Quem? Por quê?
- i) Qual é o papel da Fernanda no grupo?

4. Imagem Corporal

- a) Como é o debate sobre padrões de beleza?
- b) Elas promovem a aceitação do próprio corpo ou impõem um ideal?
- c) As partes mais individuais (rosto e cabelo) são mais presentes do que as partes baixas (pernas, nádegas, barriga, etc)?
- d) Os debates, em geral, são mais voltados para aceitação ou em busca de atingir um padrão? Ex.: produtos para o cabelo ficar X, para emagrecer, para reduzir rugas, etc.
- e) Elas expressam e/ou são encorajadas a expressar suas autoimagens?

5. Papel dos bens

- a) O que elas falam sobre produtos?

- b) Quais os significados dos produtos?
- c) Há indicação de produtos? Como isso é visto no grupo?
- d) Nos debates a predominância é de produtos industrializados, artesanais ou feito por elas?
- e) Fala-se sobre embalagem?
- f) Fala-se sobre a produção/marca/ingredientes?
- g) Para elas os produtos servem para que?
- h) Eles são essenciais nas práticas de beleza?
- i) Fala-se de outros aspectos da beleza como alimentação e atividade física?

6. Significado das práticas

- a) Quais são as explicações dadas para a adoção da beleza minimalista?
- b) Quais são os benefícios?
- c) Quais são os malefícios?
- d) Fala-se sobre questões científicas?
- e) Elas usam termos técnicos? Quais? Com que finalidade?
- f) Qual a explicação para cada procedimento (lavagem, hidratação, etc)?
- g) Quais as justificativas e finalidades para os usos de cada produto?
- h) Quais as justificativas e finalidades para os usos de cada ingrediente?
- i) Descrever os modos de preparo.
- j) Quem pode ser responsável pelo ato ou o mágico? Por quê?
- k) Quais as ferramentas utilizadas? Por quê?
- l) Quais os materiais utilizados? Por quê?
- m) Quais são as condições de tempo para realização do ato? Por quê?
- n) Quais são as condições de lugar e/ou espaço? Por quê?
- o) Considerações sobre os ritos de entrada.

- p) Há prescrições para os mágicos? Quais? Vestimentas, privações prévias ou condições mentais? Por quê?
- q) Há ritos orais? Quais? Falas juramentos, votos? Por quê?
- r) Há ritos de saída? Quais? Destruir, jogar fora ou purificar algo? Por quê?

APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTAS

1- Motivação

- a) Conte-me um pouco sobre a sua história, pontuando os principais acontecimentos relacionados a beleza e cuidados pessoais.
- b) Você consegue reconhecer algum ou alguns momentos nessa história que a levaram a adotar o *slow beauty*?
- c) Como eram seus cuidados pessoais antes de entrar para o minimalismo? E depois?
- d) Pode me dar um exemplo do que mudou na sua rotina?
- e) Como você se referiria ao *slow beauty*?
- f) Têm outros tipos de *slow beauty*?
- g) O que distingue a sua comunidade das demais?

2- Conceito de beleza

- a) Descreva uma pessoa bonita.
- b) Pode me dar um exemplo de mulher bonita? E homem?
- c) Por que você acha ela/ele bonita/o?
- d) Quando se olha no espelho, tem algo que pensa em mudar?
- e) que você mudaria ou não mudaria?
- f) Então você diria que uma pessoa bonita é (acrescentar de acordo com as respostas anteriores)?
- g) O que é beleza?

3- Representação dos produtos na cultura minimalista

- a) Descreva um dia seu, do momento em que você acorda até a hora de dormir incluindo seus rituais de beleza.
- b) você usa (número de acordo com a resposta anterior) produtos por dia?
- c) Para que você os usa?
- d) Você conhece as marcas?
- e) Me conte como conheceu essas marcas.
- f) Descreva como você conheceu o último produto que comprou.
- g) Como decide comprar um produto?

- h) Como você se informa sobre o produto que vai comprar?
- i) Quando o produto acaba, o que você faz com a embalagem?
- j) Você já deixou de usar algum produto? Por quê?
- k) Tem algum produto que você gostaria de usar, mas evita?
- l) Tem algum produto que não abre mão?

4- Digital

- a) Quais redes sociais você utiliza? Indique seu perfil no Facebook, Instagram e Twitter.
- b) Para que você usa o Facebook? E o Instagram? E o Twitter? E o WhatsApp? Por que escolhe uma e não a outra?
- c) Quais dispositivos você usa para acessar?
- d) Em que momentos você costuma acessar?
- e) Sobre o que você publica nessas plataformas?
- f) Você tem facilidade em acessar?
- g) Tem alguma dúvida ao navegar na internet?
- h) Para você, quais são os benefícios do uso das redes sociais?
- i) E os malefícios?
- j) Quando você entrou no grupo Viva Naturalmente?
- k) Qual é a sua relação com as outras participantes?
- l) Você costuma compartilhar conteúdo no grupo? Quando? De que tipo?
- m) Quando tem alguma dúvida, você pergunta no grupo?
- n) O que você diria que mudou depois de entrar no grupo?
- o) Você faz parte de outra comunidade de *slow beauty*? Qual?

APÊNDICE D – REGISTRO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Registro de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado(a) como voluntário(a) a participar da pesquisa “**Beleza minimalista: uma abordagem etnográfica do consumo consciente de cosméticos**”. Antes de decidir se participará, é importante que você entenda por que o estudo está sendo feito e o que ele envolverá. Para tanto, solicitamos que reserve um tempo para ler cuidadosamente as informações a seguir e, caso necessário, realize perguntas para esclarecer eventuais dúvidas ou para saber mais informações. Lembramos que não é necessário ter pressa para decidir se deseja ou não participar desta pesquisa.

A) INFORMAÇÕES GERAIS

1. Objetivos e justificativa da pesquisa

Nesta pesquisa pretendemos compreender a cultura da beleza minimalista das integrantes do movimento em suas práticas de beleza. Assim como descrever a cultura da beleza minimalista e a imagem corporal das integrantes, compreender o papel dos bens, identificar o significado das práticas cotidianas e o papel das plataformas digitais nessa comunidade. O que nos motiva a estudar esse tema são as novas configurações da imagem corporal feminina e a superação dos desafios ambientais a partir das trocas de conhecimento na comunidade.

2. Participação na pesquisa e informações sobre método

Para esta pesquisa faremos um acompanhamento das aulas dos cursos da Fernanda Telles, de postagens do grupo no WhatsApp, de seu perfil nas mídias sociais Instagram e Facebook e uma entrevista presencial onde iremos conversar sobre sua rotina de beleza. As respostas serão baseadas em sua experiência e sua visão pessoal, não havendo, portanto, julgamento de certo ou errado. Os dados coletados serão analisados de acordo com normas científicas autorizadas pela UFRJ. Você terá o esclarecimento sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar, estará livre para participar ou recusar-se a participar e poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento e sem quaisquer prejuízos.

3. Formas de registro

Será necessário registrar a entrevista para análise posterior e tal registro será feito por meio de gravações em áudio com auxílio de anotações escritas pela pesquisadora. A gravação de áudio será mantida em sigilo assim como todos os dados coletados no projeto como descrito no item 8 deste documento. O registro fotográfico de seu banheiro e do espaço onde guarda seus cosméticos serão realizados mediante sua autorização. A autorização está incluída na assinatura do presente documento.

4. Permissão para o uso de imagens das mídias sociais

As imagens de sua autoria, publicadas em seus perfis das mídias sociais, irão fazer parte do estudo mediante sua autorização de uso. A autorização está incluída na assinatura do presente documento. Esclarecemos que o recurso de desfoque e edições nas imagens serão utilizados para manter o anonimato das pessoas retratadas nas fotografias. Assim como, os endereços e nomes dos perfis das mídias sociais também não serão identificados.

5. Vantagens e desvantagens (desconfortos e riscos)

Vantagens - O benefício em participar dessa pesquisa envolve refletir sobre as práticas de beleza e sua comunicação nas mídias sociais, assim como seus possíveis desdobramentos para as questões pessoais e da comunidade. Além disso, ao apresentar as mídias sociais como parte das interações cotidianas da população, principalmente nos centros urbanos, buscamos trazer ferramentas para a discussão da imagem corporal da mulher e das questões ambientais e sua propagação no meio digital.

Desvantagens – Os desconfortos e os riscos de participação nessa pesquisa são mínimos e se relacionam com a eventual lembrança de algum assunto emocionalmente delicado ou alguma revelação comprometedoras que você possa sentir que terá sua integridade afetada. Você pode evitar desconfortos revelando apenas o que lhe for confortável. Você tem direito, a qualquer momento que desejar, de não responder a quaisquer perguntas, caso não se sinta confortável, assim como pedir pela interrupção da entrevista. A visualização de suas interações nas mídias sociais pode trazer a sensação de invasão de privacidade, contudo as imagens coletadas com intenção de uso no projeto, caso autorizadas, serão apresentadas a você para sua permissão prévia. Adicionalmente, você será protegido pelo anonimato e por este Registro de Consentimento Livre e Esclarecido (RCLE). Todos os dados produzidos serão guardados em discos rígidos com senha de proteção.

6. Acompanhamento e assistência

Não há necessidade de acompanhamento e assistência aos participantes dessa pesquisa. O participante que sentir necessidade de acompanhamento e assistência poderá solicitá-lo à equipe de pesquisa, que será obrigada a satisfazê-la na medida do possível.

7. Liberdade de participação e direito de desistência

A participação nesse projeto é totalmente voluntária. Você pode desistir da pesquisa quando quiser e sem prejuízo algum, avisando a pesquisadora verbalmente ou por escrito (carta ou e-mail), sem precisar justificar a decisão. Os endereços dela (local e e-mail) estão na última página desse documento. Se você desistir, a pesquisadora perguntará se você autorizaria o uso dos dados recolhidos antes da data da desistência. Sua decisão será final e, se for negativa, os dados que teriam sido recolhidos serão destruídos.

8. Garantia de sigilo e privacidade

Todos os dados recolhidos permanecerão sob sigilo. Daremos um número ou código a cada entrevista. Somente o pesquisador principal ou um assistente de pesquisa tendo um mandato específico dele terão acesso à lista dos participantes e aos números ou códigos atribuídos a eles. Além disso, as informações eletrônicas serão guardadas em discos rígidos externos bloqueados por senha, só acessível aos membros da equipe de pesquisa.

Nenhuma informação permitindo identificá-lo será publicada. Os documentos providos das entrevistas e os registros de consentimento livre e informado serão, de acordo com as regras habituais desse tipo de pesquisa, destruídos cinco anos depois de seu término. Somente os dados que não permitam identificá-lo serão conservados depois dessa data.

9. Garantia de acesso a cópia do Registro de Consentimento Livre e Esclarecido

Você tem direito a uma cópia deste Registro de Consentimento Livre e Esclarecido, que lhe será entregue na ocasião da entrevista

10. Garantia de ressarcimento

O participante não terá direito a ressarcimento em dinheiro ou em espécie por sua participação nessa pesquisa. No caso das entrevistas, a equipe de pesquisa marcará em comum acordo de modo a favorecer o entrevistado para que ele não incorra em gastos.

11. Garantia de indenização

O participante não terá direito a indenização em dinheiro ou em espécie por sua participação nessa pesquisa pois as eventuais desvantagens são mínimas.

12. Difusão das informações e acesso aos resultados

Os dados recolhidos serão utilizados para futuras publicações dos membros da equipe de pesquisa. Nessas publicações, garantimos o seu anonimato. Você não poderá ter acesso imediato aos resultados da pesquisa. Eles serão publicados quando os estudos realizados com esses dados tiverem terminado. No entanto, você poderá obter resultados parciais, antes da publicação, fazendo um pedido as pesquisadoras Isabela Braga de Moura e Monica Machado Cardoso pelos contatos fornecidos na última página deste documento.

B) CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro ter tomado conhecimento das informações acima e obtido respostas às questões sobre a minha participação, que pude fazer pessoalmente ou por escrito à pesquisadora. Declaro ainda que compreendi o objetivo, a natureza, a justificativa e os procedimentos da pesquisa “Cultura da beleza minimalista: uma abordagem etnográfica do consumo consciente de cosméticos”, assim como suas vantagens e desvantagens. Declaro também estar a par das condições de acompanhamento e assistência, assim como do meu direito de desistir de participar quando quiser sem nenhum problema, sem ter que dar satisfação, simplesmente avisando a pesquisadora. Finalmente, declaro conhecer as garantias de sigilo e direito à privacidade, do direito de receber uma cópia desse documento, das garantias de ressarcimento e indenização e das condições de acesso aos resultados da pesquisa.

Declaro que concordo em participar voluntariamente da pesquisa acima e permito que as fotos coletadas em meus perfis das mídias sociais sejam utilizadas. Recebi uma via original deste Registro de consentimento livre e esclarecido e me foi dada à oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Nome completo do Participante

Assinatura do Participante

Data: ___/___/2018

Declaro ter explicado ao participante todos os itens desse termo e respondido a todas as suas perguntas.

Assinatura da Pesquisadora

Se você tiver perguntas a fazer sobre a pesquisa ou quiser desistir, você pode se comunicar com as pesquisadoras Isabela Braga de Moura e Monica Machado Cardoso por escrito ou por telefone. Aqui estão os dados:

Isabela Braga de Moura
Mestranda e Pesquisadora responsável
Programa Eicos – Instituto de Psicologia
Endereço: Universidade Federal do Rio de Janeiro
Pavilhão Nilton Campos
Rua Pasteur 250
Urca – Rio de Janeiro - RJ
CEP - 22290-240
Telefone – 21-3938-5348 (secretaria do programa Eicos)
Celular pessoal – 21-99757-6420
E-mail: isabelabraga@ufrj.br

Profa. Dra. Monica Machado Cardoso
Orientadora
Programa Eicos – Instituto de Psicologia
Endereço: Universidade federal do Rio de Janeiro
Pavilhão Nilton Campos
Rua Pasteur 250
Urca – Rio de Janeiro - RJ
CEP - 22290-240
Telefone – 21-3938-5348 (secretaria do programa Eicos)
E-mail: monica.machado@eco.ufrj.br

Você também pode contatar o Comitê de Ética em Pesquisa do CFCH – Campus da UFRJ da Praia Vermelha – Prédio da Decania do CFCH, 3º andar, Sala 30
Telefone – 21-39385167 (secretaria do comitê)
E-mail: cep.cfch@gmail.com

Dados do CEP: Comitê de Ética em Pesquisa do CFCH – Campus da UFRJ da Praia Vermelha – Prédio da Decania do CFCH, 3º andar, Sala 30 – Telefone: (21) 3938-5167 – Email: cep.cfch@gmail.com

ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

UFRJ - CENTRO DE FILOSOFIA
E CIÊNCIAS HUMANAS DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: BELEZA MINIMALISTA: uma abordagem etnográfica do consumo consciente de cosméticos

Pesquisador: ISABELA BRAGA DE MOURA

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 89251118.5.0000.5582

Instituição Proponente: Instituto de Psicologia (UFRJ)

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 2.673.843

Apresentação do Projeto:

Segundo a pesquisadora: "Esta pesquisa tem como foco a relação entre beleza, corpo, consumo e comunidade. O objetivo é compreender o movimento slow beauty e a cultura da beleza minimalista a partir de uma comunidade de consumo consciente de cosméticos. O consumo é compreendido como um processo cultural, de mediação das relações socioculturais e de comunicação. Com base nos estudos de consumo (CANCLINI, 1995; APPADURAI, 2009; BARBOSA, 2004; MACHADO, 2011; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013), de corpo como fenômeno social (RODRIGUES, 1979; 2014; REISCHER; KOO, 2004; DOUGLAS, 1970; MAUSS, 2003) e da antropologia digital (HORST; MILLER, 2012) realizará uma etnografia digital para compreender as práticas de cuidado pessoal e comunitárias do grupo Vivo Naturalmente."

Objetivo da Pesquisa:

De acordo com o informado: "Objetivo Primário:

O presente trabalho tem como objetivo geral compreender a cultura da beleza minimalista de uma comunidade de consumo consciente de cosméticos. Objetivo Secundário:

Os objetivos específicos são: (i) descrever a cultura da beleza minimalista e a imagem corporal dessa comunidade; (ii) compreender o papel dos

Endereço: Av Pasteur, 250-Praia Vermelha, prédio CFCH, 3º andar, sala 30

Bairro: URCA

CEP: 22.290-240

UF: RJ

Município: RIO DE JANEIRO

Telefone: (21)3938-5167

E-mail: cep.cfch@gmail.com

Continuação do Parecer: 2.673.843

bens; (iii) identificar o significado das práticas cotidianas dos membros, seus mitos e ritos; (iv) investigar o papel das plataformas digitais nas práticas de beleza, na relação com outros membros da comunidade e na imagem corporal da mulher."

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

"Riscos:

Os desconfortos e os riscos de participação nessa pesquisa são mínimos e se relacionam com a eventual lembrança de assuntos delicados da vida pessoal do entrevistado ou com a exposição de fatos comprometedores. Os riscos referentes aos dados coletados na internet estão circunscritos em uma esfera de ordem moral, pois o ambiente digital traz uma noção de privacidade nas interações, de modo que o autor da publicação não sinta que seus conteúdos são vistos por pessoas além do seu núcleo próximo de amigos e pode sentir que sua privacidade foi invadida mesmo que o conteúdo esteja aberto ao público. Com o objetivo de reduzir o desconforto com os entrevistados, o resumo de cada entrevista juntamente com os dados das mídias sociais ficarão disponíveis para visualização a fim de que possam confirmar ou retirar a sua declaração de participação a qualquer momento ao longo da pesquisa. As imagens obtidas pelo levantamento nas mídias digitais serão usadas mediante o consentimento dos entrevistados e o recurso de desfoque será utilizado nas fotografias com intuito de preservar a identidade das pessoas retratadas. Ressaltamos que não é preciso dar prosseguimento em questões pessoais constrangedoras ou comprometedoras e a entrevista poderá ser interrompida a qualquer momento. Nesse sentido, trazemos clareza para a possibilidade de recusar a publicação dos dados de entrevista e da observação das redes sociais pela retirada da autorização de participação a qualquer momento sem quaisquer prejuízos.

Benefícios:

Temos como objetivo compreender a cultura da beleza minimalista enquanto espaço colaborativo para construção de uma nova imagem corporal das mulheres e da relação delas com os bens. Dessa forma, o benefício é a reflexão acerca das práticas de beleza e sua comunicação nas mídias sociais, assim como seus possíveis desdobramentos para as questões pessoais e da comunidade.

Endereço: Av Pasteur, 250-Praia Vermelha, prédio CFCH, 3º andar, sala 30

Bairro: URCA

CEP: 22.290-240

UF: RJ

Município: RIO DE JANEIRO

Telefone: (21)3938-5167

E-mail: cep.cfch@gmail.com

Continuação do Parecer: 2.673.843

Além disso, ao apresentar as mídias sociais como parte das vida cotidiana da população, especialmente nos centros urbanos, buscamos trazer ferramentas para a discussão da imagem corporal da mulher e das questões ambientais e sua propagação no meio digital."

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

O projeto contempla os tópicos necessários a apresentação no CEP.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

RCLE está de acordo com o exigido pelo CEP.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

O projeto está aprovado.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1110298.pdf	08/05/2018 23:58:50		Aceito
Outros	ROTEIRO_DE_ENTREVISTAS.docx	08/05/2018 23:43:35	ISABELA BRAGA DE MOURA	Aceito
Outros	ROTEIRO_OBSERVACAO_GRUPO_DO_WHATSAPP.docx	08/05/2018 23:42:10	ISABELA BRAGA DE MOURA	Aceito
Outros	ROTEIRO_OBSERVACAO_DA_AULA.docx	08/05/2018 23:41:33	ISABELA BRAGA DE MOURA	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Qualificacao_IsabelaBraga.pdf	08/05/2018 23:29:15	ISABELA BRAGA DE MOURA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	RCLE_IsabelaBraga.docx	08/05/2018 23:06:26	ISABELA BRAGA DE MOURA	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	Declaracao_de_Infraestrutura_VivoNaturalmente.jpeg	08/05/2018 23:04:36	ISABELA BRAGA DE MOURA	Aceito
Folha de Rosto	Folha_de_rosto.pdf	08/05/2018 23:04:21	ISABELA BRAGA DE MOURA	Aceito

Situação do Parecer:

Endereço: Av Pasteur, 250-Praia Vermelha, prédio CFCH, 3º andar, sala 30
Bairro: URCA **CEP:** 22.290-240
UF: RJ **Município:** RIO DE JANEIRO
Telefone: (21)3938-5167 **E-mail:** cep.cfch@gmail.com

UFRJ - CENTRO DE FILOSOFIA
E CIÊNCIAS HUMANAS DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO



Continuação do Parecer: 2.673.843

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

RIO DE JANEIRO, 24 de Maio de 2018

Assinado por:
Mônica Pereira dos Santos
(Coordenador)

Endereço: Av Pasteur, 250-Praia Vermelha, prédio CFCH, 3º andar, sala 30

Bairro: URCA

CEP: 22.290-240

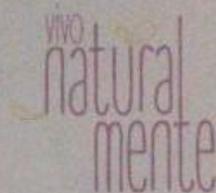
UF: RJ

Município: RIO DE JANEIRO

Telefone: (21)3938-5167

E-mail: cep.cfch@gmail.com

ANEXO B – TERMO DE ANUÊNCIA VIVO NATURALMENTE



DECLARAÇÃO

Eu **Fernanda Telles** na qualidade de responsável pela "Vivo Naturalmente", autorizo a realização de a pesquisa intitulada "BELEZA MINIMALISTA: uma abordagem etnográfica do consumo consciente de cosméticos" a ser conduzida sob a responsabilidade do pesquisador **Isabela Braga de Moura**; e DECLARO que esta instituição apresenta infraestrutura necessária à realização da referida pesquisa. Esta declaração é válida apenas no caso de haver parecer favorável do Comitê de Ética da UFRJ para a referida pesquisa.

Rio de Janeiro, 8 de MAIO de 2018.

ASSINATURA _____