

NOTAS DE METODOLOGIA DA PESQUISA “LOIRAS: UM ESTUDO SOBRE COR DO CABELO E PRODUÇÃO DA IDENTIDADE”

NOTES ON METHODOLOGY IN THE RESEARCH “BLONDES: A STUDY ON HAIR COLOR AND PRODUCTION OF IDENTITY”

DOI: 10.15668/1807-8214/artemis.v18n1p199-211

Resumo

Esse artigo possui como tema as observações realizadas durante a elaboração da metodologia da pesquisa *Loiras: a produção da identidade*. A escolha por uma temática de investigação que visa extrair dos discursos narrativos, de mulheres que pintam seus cabelos de loiro, as motivações para a alteração de sua imagem física, requer uma metodologia de pesquisa específica. Afinal, o cabelo loiro é carregado por estigmas e representações. Nesse texto iremos abordar os caminhos de investigação e as reflexões que levaram a escolhas metodológicas que, em nossa opinião, melhor se adaptaram aos objetivos da pesquisa. Para expor as diretrizes metodológicas de nossa pesquisa, pretendemos abordar os seguintes itens: critérios para a escolha das entrevistadas e entrevistadoras, elaboração de questionário, modelo de entrevista e formato de registro dos discursos. Essa metodologia foi adotada para lidar com o delicado tema da compreensão da manipulação da aparência em um grupo composto exclusivamente por mulheres.

Palavras-chave: Identidade. Metodologia. Gênero. Cabelo.

Abstract

This article discusses the methodological considerations developed during the research called “Blondes”. The theme aims to analyze the narratives of women who dye their hair blonde, their motivations to change their physical image and acquire a new identity. The project requires the choice of a research methodology that reveals the motivations of these women. After all, the blond hair is loads of stigmas and representations. In this article we’ll reflect on the methodological choices that, in our opinion, better adapted to the research objectives. We focus our reflections in the selection of interviewees and interviewers, questionnaire design, development and understanding of speech. The research methodology was designed to deal with the sensitive issue of manipulation of appearance and identity in a group composed exclusively of women.

Keywords: Identity. Methodology. Gender. Hair.

Carlos Eduardo M. Fialho

Sociólogo, Professor Associado do Departamento de Sociologia/GSO e Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Direito/PPGSD da Universidade Federal Fluminense.

E-mail: carlosfialho@uol.com.br

Tatiana B. Miranda

Pedagoga, Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Direito/PPGSD – UFF, Analista do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística/IBGE.

E-mail: Tatianamiranda1983@gmail.com.

Introdução

O tema da manipulação da aparência feminina não é novo. O uso de artifícios para a conquista da beleza marca as mulheres há milênios. Roupas, cosméticos, penteados e cortes de cabelo, dietas alimentares e uma série de outros artefatos são aliados na busca feminina pelo encaixe em determinados padrões ou ideais estéticos. Além da questão da beleza, os símbolos inscritos no corpo fazem parte da relação do indivíduo com o mundo. Marcel Mauss, no seu estudo intitulado “As técnicas corporais” (1934), nos relata que o corpo repleto de símbolos é o instrumento técnico primordial em que se inscrevem as tradições, cultura e aprendizados de uma determinada sociedade. Dessa maneira, o corpo e a aparência física de uma pessoa são carregados de simbologias e informações que fazem sua mediação com o mundo. Determinados itens de nossa aparência podem trazer importantes dados sobre nossa personalidade a serem exibidos para o mundo externo.

Entre as alterações em diversas partes do corpo, é dado um destaque especial aos cabelos. Mauss, no estudo acima citado, ressaltou a importância do cabelo na vida social de um indivíduo quando afirma que os cabelos passam por diferentes fases ao longo da vida de uma pessoa, podendo variar de acordo com o papel desempenhado pelo indivíduo em determinado grupo.

O cabelo, pelo seu lugar de evidência no corpo, funcionando como uma moldura para o rosto, e pela relativa facilidade de manipulá-lo, é um importante fator na criação e reforço de identidades. De acordo com Queiroz e Otta (2000), a simbologia das partes do corpo pode ser associada às suas metades superior e inferior. Sendo que a parte superior se destaca pela sua relação com as funções mais importantes.

Segmentado, dividido à luz de critérios simbólicos ou classificatórios, as suas diferentes partes dão margens a representações variadas. A porção superior é associada às suas funções mais relevantes. Na cabeça, encontra-se a face e nesta a boca e os olhos, os órgãos mais expressivos para a comunicação humana, marca de identidade da pessoa, e o crânio, sede do cérebro e da razão, justamente a faculdade que mais nos distinguiria dos animais. A porção inferior do corpo reúne os órgãos considerados mais

animalescos e “indignos”, reprodutivos, digestores e excretores (...). (QUEIROZ; OTTA, 2000: 23)

Os cabelos funcionam como um importante veículo de comunicação e troca com o mundo. Através do significado da cor, corte, textura ou comprimento, cria-se imagens de si a serem veiculadas no meio social. Dessa maneira, o cabelo pode ser visto como uma das partes do corpo que estabelece uma relação subjetiva com o mundo atuando na construção de diferentes perfis identitários. Patrícia Bouzón nos informa que “o cabelo classifica e hierarquiza, qualifica e desqualifica, exclui e inclui, aproxima e distancia, deixando pouco espaço para indefinições” (BOUZÓN, 2010: 278-279), sendo um dos elementos de representação dos indivíduos no cenário social.

Especificamente, com relação à alteração da cor dos cabelos, vemos no Brasil a popularização dessa prática, por parte das mulheres. Em 2010 o Instituto Ipsos realizou uma pesquisa quantitativa com 999 mulheres de 15 a 64 anos nas cidades de São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife e Ribeirão Preto, sobre o consumo de tinta de cabelo. O resultado foi que 8 em cada 10 mulheres pesquisadas pintavam os cabelos.

Entre as cores escolhidas para a transformação do visual nos chama atenção a coloração loira. Primeiro porque é visível, na cidade do Rio de Janeiro, campo escolhido para recorte da pesquisa, o grande número de novas loiras circulando pelos mais variados espaços. Sem distinção de classe social, nível de escolaridade, peso, etnia ou idade. Vemos grandes quantidades de loiras de cabelos pintados nos bairros de classe alta e na periferia. Entre atendentes de loja, lanchonete e supermercado, mas também entre empresárias, médicas e advogadas. Mulheres magras, saradas e gordinhas pintam os cabelos de loiro. Adolescentes, mulheres adultas e senhoras idosas também são vistas exibindo seus cabelos tingidos pelas ruas da cidade. Mulheres brancas, pardas, mulatas, *nisseis* e negras também clareiam os cabelos.

O segundo ponto é a escolha por uma cor que, em sua forma natural, é rara no país. Além disso, o popular biotipo mestiço, que é maioria no Brasil, denuncia imediatamente a cor falsa dos cabelos das loiras pintadas. A brasileira, ao pintar o cabelo de loiro, revela uma não

preocupação com a associação entre essa cor de cabelo e a sua etnia. Já que existem mestiças, mulatas, pardas e negras que são loiras. No Brasil a mulher que pinta os cabelos de loiro cria uma concepção de loira que, em parte, está desligada do conjunto étnico (que envolve pele branca e olhos claros). Ao que parece, transformar-se em loira envolve muito mais a adoção do cabelo claro e dos símbolos que envolvem o imaginário construído em torno da imagem da mulher loira, do que da suposta adoção de um padrão étnico.

Dessa maneira nos questionamos sobre as representações do cabelo loiro para mulheres de diferentes classes sociais, etnias e com diversos níveis de escolaridade, na cidade do Rio de Janeiro. Perguntamos sobre as motivações para a transformação em loira como um importante questionamento no que se refere à construção de identidades femininas no Brasil. Como o cabelo loiro posiciona a mulher socialmente e quais são as interações que essas mulheres estabelecem com esse novo lugar no mundo?

Para isso, elaboramos uma pesquisa com mulheres do Rio de Janeiro que pintam os cabelos de loiro. A definição do grupo a ser pesquisado prevê a realização de entrevistas com diversos tipos de novas loiras, mulheres de diferentes faixas etárias, nível de escolaridade, ocupação e moradoras de variados bairros (centrais e periféricos). O objetivo central da pesquisa é identificar as motivações das entrevistadas para a escolha do cabelo loiro. Com a análise dessas motivações pretendemos chegar às informações que constroem a narrativa da representação do cabelo loiro para essas mulheres, bem como sobre as maneiras através das quais o cabelo loiro serve para a construção de identidades e estabelecimento de lugares sociais a serem ocupados.

Entretanto, aproximar-se de mulheres para questioná-las sobre suas motivações para escolherem uma cor cercada de mitos, símbolos e estigmas, requer a elaboração de um método de pesquisa particular e sensível. Jovem, bonita, sensual, poderosa, vulgar, burra, chique, divertida, irresponsável e disponível, são alguns dos estereótipos ligados à mulher loira. Reunindo imagens positivas e negativas, o loiro é a cor de cabelo com a maior variedade de simbologias e representações.

Ser loiro, sobretudo quando se trata de mulheres, é assumir papéis singulares dentro de um imaginário social repleto de representações. É se submeter a certas atuações e domínios sugeridos pela cultura. Ser objeto de paixões e de desconfianças, de atração e de repulsa, de valorização e desvalorização. Em poucas palavras, ser loira é personificar a ambigüidade (BOUZÓN, 2010: 281).

Talvez a imensa variedade de imagens associadas às mulheres de cabelo loiro se deva ao exotismo da cor. Personagens históricas e mulheres famosas loiras carregam consigo um fator que as diferencia das outras mulheres: os cabelos claros. O cabelo loiro natural é biologicamente raro, pois é fruto de genes recessivos. Atualmente somente 2% da população mundial é composta por pessoas de cabelos loiros. (BOEREE, 2014).

Uma das representações mais populares da mulher loira é a que associa essas mulheres a fatores ligados ao erotismo, beleza e sensualidade. A começar pela representação do amor, da beleza e do sexo na Antiguidade Clássica: Afrodite, para os gregos, e Vênus, para os romanos. Essa Deusa nasceu dos órgãos genitais de Urano, que foram cortados por Cronos e arremessados ao mar. Da espuma surgida do órgão amputado nasceu Afrodite (segunda a versão mais popularizada de sua mitologia). Desde o Renascimento, vários artistas pintaram Afrodite com os cabelos loiros. Na obra mais famosa sobre a deusa do amor, “O nascimento de Vênus”, de Sandro Botticelli, assim como em diversas pinturas de outros artistas como: Peter Paul Rubens, William-Adolphe Bouguereau, Paolo Veronese, entre outros, vemos Afrodite com longos cabelos loiros.

A pesquisadora inglesa Joanna Pitman realizou um estudo histórico sobre mulheres loiras que culminou no livro *On Blondes* (2003). Após a pesquisa, Pitman concluiu que as loiras sempre foram vistas como um misto de ingenuidade e força, o que resulta numa sedutora imagem que mescla o angelical e o erótico.

Segundo Joanna Pitman, o cabelo loiro também esteve associado ao poder. Através da história, é muito mais comum encontrar loiras em eventos ligados às poderosas elites, políticas e financeiras, do que morenas. Na atualidade, o loiro também é sinônimo de poder para muitas mulheres. Pitman cita Margaret Thatcher, que

passou a pintar o cabelo de loiro depois que assumiu o cargo de primeira-ministra. Mais recentemente, as listas de mulheres mais ricas e bem pagas do mundo, incluem várias mulheres que deixaram os fios escuros para trás. Entre alguns exemplos temos: Marissa Mayer (presidente e CEO do *Yahoo!*) e Laurene Powell (viúva do cofundador da Apple, Steve Jobs, que hoje controla todos os negócios deixados pelo marido e é a maior acionista da *The Walt Disney Company*).

Entretanto, não existem apenas fatores positivos associados às loiras. O estereótipo da loira burra permeia as representações sobre as mulheres de cabelos claros. Muito antes de Marilyn Monroe (que popularizou a imagem da loira ingênua e pouco inteligente em Hollywood) existiu uma loira que pode ter inaugurado a relação entre cabelos claros e pouca inteligência. Rosalie Duthé, considerada a primeira loira burra da era moderna, foi uma famosa cortesã francesa que viveu do meado do século XVIII ao início do século XIX (PITMAN, 2003). Por algum motivo, Rosalie fazia longas pausas antes de falar ou responder ao seu interlocutor. Com isso, espalharam-se intrigas que a acusavam de ser muda ou burra. Carlos Salazar em seu artigo “Representando o estereótipo de loira burra”, ressalta que, no século XVIII, a fala e a retórica eram profundamente valorizadas. Nessa época, a prontidão da resposta e a réplica eram uma arte. Dessa maneira, a introspecção e lentidão ao conversar não eram bem vistos. Embora não se possa afirmar que, na sociedade da época, a sua suposta falta de inteligência fosse associada aos seus fios dourados, Rosalie é a primeira loira com fama de burra popularizada na era moderna.

Já no século XX, a consolidação desse estereótipo foi definitiva. Em 1925, Anita Loo, publicou o livro *Gentleman prefer blondes*, ou, *Os homens preferem as loiras*. No romance a loira protagonista, Lorelei Lee, é uma acompanhante de homens ricos que usa a sua beleza para conseguir dinheiro e ascender socialmente. Seus interesses se resumem em vestidos de grife, joias, jantares em restaurantes chiques e festas. Na verdade, Lorelei é mais superficial do que propriamente burra, mas, por sua falta de interesse em atividades que envolvam o intelecto, deram-lhe o adjetivo de pouco inteligente. Em 1953, foi produzida em Hollywood sua versão para o cinema com uma sensual, loiríssima e festeira Lorelei, representada por Marilyn Monroe. O enorme sucesso do filme

solidificou o estereótipo da loira como uma mulher que só se importa com sua aparência física, em detrimento do intelecto. Foi também com Marilyn interpretando Lorelei, que se popularizou a visão da loira como uma mulher alegre e que se diverte mais que as morenas, ruivas ou castanhas. Na década de 60, uma empresa de cosméticos, *Clairol*, lança o *slogan* (criado pela publicitária Shirley Polykoff) : “É verdade que as loiras se divertem mais?” como *marketing* de suas tinturas de cabelo. Essa máxima solidificou ainda mais o estereótipo da loira divertida e pouco séria (CONRAD, 1999).

A partir desse breve panorama, podemos observar que a mulher loira é cercada por símbolos, estigmas e estereótipos. Devido à imensa gama de conteúdos, positivos e negativos, que perpassam as representações sobre as mulheres de cabelos claros, sabíamos que o acesso ao nosso objeto de pesquisa, mulheres que pintam os cabelos de loiro, não seria uma tarefa fácil. Realizar uma pesquisa de campo, que exigiria entrevistar mulheres com o objetivo de investigar suas motivações para o clareamento dos cabelos, bem como de que forma o tornar-se loira influenciava e construía suas identidades, demandaria um planejamento preciso sobre qual método investigativo utilizar. Em uma pesquisa como essa, que aborda um tema íntimo e carregado de estigmas e representações, o método se impõe, de uma maneira imperativa, como uma fase do planejamento da pesquisa a ser pensada, experimentada e construída sobre as características apresentadas progressivamente pela amostragem.

A elaboração do Método

Entrevistar mulheres para conhecer o significado da cor falsa dos seus cabelos não é uma tarefa fácil. Exibir novas identidades em público é mais simples do que falar das motivações que as levaram a produzir novos visuais. Nessa produção, o cabelo está em primeiríssimo lugar, segundo o depoimento das entrevistadas. Mas como chegar a esses depoimentos? Qual o método de pesquisa que nos permitiu chegar mais perto das intenções e motivações de uma mulher que pinta seu cabelo de loiro? Onde selecionar as entrevistadas?

Usamos a estratégia que nos pareceu a mais evidente: procurar um lugar de grande concentração de

mulheres, como os salões de cabeleireiro. Mas havia uma barreira. Um homem na equipe não ficaria confortável em um salão onde as mulheres estão à vontade, com os cabelos desgrelhados, num processo de pré-produção que nem sempre é agradável visualmente. Era necessário montar uma equipe de pesquisadoras que pudessem frequentar os salões sem alterar a rotina dos estabelecimentos e, ao mesmo tempo, eleger novos lugares onde houvesse grande concentração de mulheres, por exemplo, centros de compra. Certamente nesses locais haveria a predominância de vendedoras e compradoras com as características que o trabalho exigia.

Um pequeno parêntese é necessário para explicar a opção das estratégias. Consideramos fundamental que os coordenadores da pesquisa participem do processo de entrevistas, leitura de documentos, observação participante e outras modalidades de coleta de dados. Essa é uma maneira possível de estabelecer conexões entre os objetivos da pesquisa e os meios de alcançá-los. As informações trazidas por pesquisadores de campo sempre serão uma versão dos fatos, serão uma espécie de fontes secundárias – mesmo que atenuadas por técnicas de pesquisa específicas – mediadas pela interpretação de quem estava presente no momento da coleta. Na primeira abordagem às entrevistadas usamos as técnicas das entrevistas estruturadas¹, as quais todos os informantes são submetidos às mesmas perguntas, procurando amenizar os efeitos das distorções. Nosso objetivo foi estabelecer o perfil de entrevistados que possibilitou delinear o universo para a amostragem aleatória. As perguntas pré-elaboradas procuram seguir uma linha de investigação que atende aos objetivos da pesquisa, há um recorte do tema e da forma de abordagem, na qual o entrevistado é questionado sobre tópicos específicos com possibilidades de resposta limitadas pelos interesses do entrevistador. Não se trata de questionários fechados, mas de um roteiro de perguntas que permitem as entrevistadoras perseguirem os objetivos da pesquisa na conversa com as entrevistadas. Ainda com a utilização dessa técnica de pesquisa, com perguntas objetivas e comuns a todos os selecionados, recomendamos a presença em campo da coordenação da pesquisa, uma vez que existe um sem número de aspectos a serem observados que devem fugir aos olhos do entrevistador

¹ Laville, Christian e Dione, Jean. *A Construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em Ciências Humanas*. BH: UFMG, 1999.

treinado para conduzir as entrevistas. Toda entrevista é uma interpretação dos fatos, por parte de quem as concede e por quem recolhe os dados. Sendo assim, melhor que a avaliação e captura das subjetividades esteja a cargo de quem coordena os trabalhos e sabe o que busca.

Evidentemente que a coordenação de pesquisa não pode estar presente em todos os momentos da coleta de dados, por isso sugerimos a participação em algumas etapas, permitindo o desenvolvimento de um olhar crítico para avaliação de todos os dados que chegam às suas mãos. Na pesquisa sobre as motivações das mulheres que pintam seus cabelos de loiro, foi preciso usar duas estratégias de abordagem: por um lado, montar uma equipe que produzisse pouca interferência no ambiente e nas pessoas entrevistadas; de outro, colher depoimentos em alguns locais onde a equipe pudesse atuar com naturalidade chamando pouca atenção, ou seja, onde mulheres loiras fossem a maioria e com isso as relações não se interrompessem com a sua presença.

A seleção das entrevistadoras foi feita segundo critérios de idade, desenvoltura na conversa com estranhos e capacidade de desenvolvimento da entrevista, percebendo os indícios deixados pelas mulheres pesquisadas.² A estrutura da entrevista se limitou a um pequeno roteiro que apontava para algumas possibilidades de entrada num tema de difícil acesso para as entrevistadas: quais as motivações que as levaram a pintar o cabelo de loiro? Encontrar as justificativas não seria uma tarefa difícil. Bastou a aplicação de um questionário estruturado simples, para que pudéssemos perceber que as mulheres preferem ser loiras porque isso as torna mais jovens e atraentes. A resposta é uma fórmula, uma matriz usada pelas loiras selecionadas, independente da idade, do estado civil e nível educacional. Loiras parecem mais jovens e chamam mais a atenção dos homens. Mas buscávamos uma resposta que precisava tocar num aspecto mais delicado. Era preciso identificar o momento em que mulheres de cabelos castanhos, negros, lisos ou crespos resolveram que deveriam ser loiras. Muitas metamorfoses

² A equipe de coordenação, pesquisa e entrevistas foi composta por Carlos Eduardo Fialho (coordenação; Professor Associado GSO/UFF e PPGSD/UFF), Tatiana Miranda (coordenação; IBGE, doutoranda PPGSD/UFF), Monique Rodrigues (pesquisa e entrevistas; mestranda, PPGSD/UFF), Patricia Marys Dias (entrevistas, graduanda Ciências Sociais/UFF), Luiza Siqueira (entrevistas, graduanda Ciências Sociais/UFF), Viviane Linhares (entrevistas, graduanda Ciências Sociais/UFF) e Fernanda Lima (entrevistas, graduanda Ciências Sociais/UFF).

foram feitas de maneira gradual, loira de mechas, loira californiana, clareamento parcial e depois um loiro mais uniforme, atingindo todos os fios. Algumas desejam gradualmente chegar ao loiro mais claro, o platinado. O traço comum entre elas é que não se tratava de modismo, mas a aquisição de uma nova identidade.

Nesse sentido é interessante debatermos sobre o conceito de identidade que utilizamos. Nossa compreensão de identidade se baseia em dois pontos: 1- a ideia de que as identidades são elaboradas na relação com o campo individual e social dos atores. 2- na contemporaneidade, as identidades são móveis e flexíveis. Para analisar esses tópicos, nos basearemos no trabalho do sociólogo francês Claude Dubar e na obra do Sociólogo polonês Zygmunt Bauman.

Dubar (1997) nos informa que é nos mecanismos de socialização que vemos a interação entre os dois campos de produção da identidade: os processos relacionais (que são as análises e julgamentos que o indivíduo sofre no meio social, é a identidade para o outro) e o campo biográfico (relativo à história de vida, gostos pessoais, habilidades, é a identidade para si). Para Dubar (1997), a identidade de um indivíduo é fruto dos constantes movimentos de interação e tensão entre esses dois processos. Por mais que a identidade de um indivíduo também seja fundamentada no outro, ele pode, a qualquer momento, recusar essas identificações externas. Porém, de qualquer forma, a identificação utiliza categorias socialmente disponíveis. Assim, a construção identitária nunca é um processo somente individual e exclusivamente interno aos atores. Formar identidade implica a interação com conteúdos de identificação que circulam na sociedade.

Entretanto, no cenário da contemporaneidade, essas identidades não são fixas, imutáveis. Para Dubar (1997), “a identidade nunca é dada, é sempre construída e a (re) construir, em uma incerteza maior ou menor e mais ou menos durável” (DUBAR, 1997: 104). Bauman (2001) propõe que na contemporaneidade, nomeada por ele como modernidade líquida, a identidade é uma construção constante. Em um panorama social onde há uma infinidade de identidades a serem experimentadas, Bauman (2001) considera que, devido à fluidez e superficialidade do conceito de “identidade” nos dias atuais, não podemos nunca concebê-la como algo pronto, e sim, uma categoria em constante transformação.

Dessa maneira, ao pensarmos nas representações mais clássicas ligadas à imagem da mulher loira: bela, jovem, sensual, exótica, despojada e disponível, identificamos essas representações como categorias sociais disponíveis para a elaboração de novas identidades pelas mulheres que pintam seus cabelos de loiro. Os recursos biográficos também são importantes (uma das entrevistadas pintou os cabelos de loiro para homenagear a filha morta, que também tingia os cabelos de loiro, outra entrevistada nos contou que para ficar parecida com seu pai, que era loiro, tingiu os cabelos de loiro), porém, a amplitude de imagens sociais ligadas à mulher loira, também é um importante fator na adoção dessa nova identidade. Afinal, o que se destaca no discurso das entrevistadas é que ser loira não é apenas mudar a cor do cabelo, mas sentir-se mais atraente, desejada, bonita, poderosa e admirada – representações ligadas às imagens mais clássicas relacionadas à mulher loira. A adoção do cabelo loiro agrega a essas mulheres uma nova identidade baseada nessas categorias clássicas, na visão que o outro elabora sobre elas (bonitas, sensuais e chamativas) e em sua própria biografia.

Seja qual for o tom, a intensidade ou a cor, os cabelos loiros são admirados por todos com quem a nova loira convive. No trabalho, em casa, entre amigos, namorados e companheiros. Com a ressalva de que os pares não são, em geral, os mais entusiasmados com a mudança da cor do cabelo pela única razão de que as novas loiras chamam mais atenção e despertam a cobiça de homens e mulheres.

A pergunta que move a pesquisa precisava encontrar métodos que nos conduzissem a sua resposta: qual ou quais foram as motivações que levaram essas pessoas a assumir uma imagem nova, transformar sua aparência e se sentir mais atraente? Sentimento que, com certeza, conduziria a novas atitudes, novas formas de exposição em público e novos olhares sobre si mesma. Quais as motivações que levaram nossas entrevistadas a reelaborarem sua identidade?

Antes de iniciar a seleção de entrevistadoras, nós, como coordenadores, fizemos uma série de observações de campo preliminares. A melhor forma de explicar o que são essas “observações de campo” é explicando o que elas “não são”. Essas observações não se confundem com a observação participante, cara aos métodos e técnicas utilizados nas ciências sociais e na

antropologia, em particular. Na observação participante temos uma vivência direta do observador no universo observado. O pesquisador, na percepção do sentido da ação do observado, procura se tornar parte do universo pesquisado para, então, capturar as intenções dos agentes. Não interferir é muito difícil, basta a presença de uma ou mais pessoas estranhas ao meio observado para produzir algumas situações que não correspondem à ação espontânea, tal qual ocorreria se não houvesse a presença dos “de fora”. A interferência quase imperceptível é comparável ao ligeiro olhar que o fotografado dá para a câmera no documentário, quando percebe que está sendo filmado. Ele continua fazendo o que está fazendo, mas já percebeu a presença do elemento que registra a ação. Anular a presença de quem observa uma cultura não nos parece possível. A observação participante, apesar de reduzir enormemente as interpretações distorcidas, não parecia ser o método mais indicado na pesquisa sobre as motivações das loiras de cabelos pintados. É verdade que através dessa técnica podemos cruzar dados e agregar anotações ricas sobre o espaço observado. Podemos capturar sentidos e significados a partir do conjunto de sintomas emitidos pelo grupo social observado. Isso é possível através da inserção do observador (mesmo como corpo estranho) nas práticas ritualísticas e cotidianas de um determinado grupo social.³

O que chamamos de “observação de campo” difere da observação participante. Não há novidade na inserção do observador no grupo a ser observado nem no método de coleta de dados que utilizamos. Mas há uma particularidade no que deve ser observado. Na nossa experiência, o que definiu a coleta de dados foi o ambiente e o fenômeno em foco. Na pesquisa sobre as motivações que levam mulheres de cabelos originalmente não loiros a pintarem seus cabelos de loiro, foi precisamente iniciar as observações a partir dos efeitos visuais que as transformações das mulheres causavam nas pessoas. Foi necessário observar, sem ser visto, como os olhares eram dirigidos às várias modalidades de loiras falsas que desfilam em profusão pelas ruas do Rio de Janeiro. Como são vistas pelas outras pessoas.

Foi preciso nos misturar àqueles que deveriam olhar para as loiras que chamavam a atenção e focar o olhar sobre as pessoas que reparavam, em vez de limitar a observação sobre as pessoas que “eram reparadas”. De fato, uma mulher com os cabelos exuberantemente loiros era objeto de atenção, principalmente dos homens. Entre os curiosos mudava a forma de olhar, os mais discretos e com aparência educada (forma de se vestir, andar) olhavam com discrição, como se quisessem olhar sem que se percebesse que estavam olhando. Não era uma atitude ostensiva. Mas não deixavam de olhar. Os menos discretos viravam o pescoço, mas todos reparavam numa mulher loira extravagante. Por extravagante elegemos apenas o modelo da loira de cabelos excessivamente claros.

Foi preciso eleger um modelo exagerado para registrar o olhar sobre um tipo de mulher. Que modelo é esse? Uma loira com cabelos excessivamente descoloridos – curtos ou longos – ou uma loira com cabelos fortemente tingidos (mas não descoloridos), porém, longos e exuberantes, soltos, rebeldes. Esse modelo não deveria ter outro atrativo, como roupas sensuais e exóticas, tatuagens exageradas ou qualquer outro elemento que ofuscasse o efeito do cabelo. Esse tipo de mulher loira foi confrontado com modelos semelhantes com cabelos castanhos ou negros. A atenção masculina e feminina é predominantemente voltada para a mulher loira.

Concentramos nossas observações sobre as pessoas que prestam a atenção em mulheres loiras em diversos pontos da cidade. Um desses locais foi o Centro do Rio de Janeiro, local de grande movimentação de trabalho e compras, com grande quantidade de mulheres e homens com enorme variedade de tipos. Ou seja, quem chama a atenção de alguém em um lugar com tantas pessoas onde, supostamente, tem que se diferenciar muito para ser notada na multidão? No entanto foi fácil observar uma grande quantidade de homens que lançam o olhar para uma mulher apenas pela cor de seus cabelos loiros. Evidentemente que a incidência do olhar aumenta na medida em que existem outros elementos chamativos, como o corpo, a roupa e a maneira de andar e olhar. Mas foi significativo o número de olhares dirigidos para mulheres que se diferenciavam apenas por serem loiras.

Em bairros da zona sul do Rio de Janeiro, onde a extravagância é menos percebida, existe uma grande variedade de tipos excêntricos e estrangeiros entre os quais

3 KAWULICH, Barbara. *Participant Observation as a Data Collection Method*. Forum: Qualitative Social Research. Vol. 6, nº 2, art. 43, may 2005. Freie Universität Berlin

predomina o cabelo loiro. Nesses bairros, particularmente no Leblon e Ipanema, as “loiras falsas” não são notadas apenas pela cor do seu cabelo, sendo necessário algum elemento a mais para se distinguir na multidão. Os homens são ligeiramente mais sensíveis do que as mulheres à presença de mulheres loiras de cabelos pintados, mas é raro uma mulher ser notada apenas pela tonalidade dos seus cabelos loiros. Numa observação superficial, digamos que a quantidade de mulheres loiras nesses bairros da zona sul do Rio de Janeiro é muito grande. Naturais ou falsas, elas predominam nas ruas de comércio, prédios de serviços e *shopping centers*.

Pegando o trem na Central do Brasil em alguns minutos chegamos à Estação de Madureira, um bairro que mistura residência, comércio e serviços no subúrbio do Rio de Janeiro. A primeira impressão foi de que todas as mulheres eram loiras em frente à estação do trem de Madureira, onde há uma enorme concentração de lojas populares, incluindo o centro mais conhecido de comércio diversificado, o “Mercadão de Madureira”. Excluimos, mais uma vez, as personagens que vestiam roupas mais provocantes. Procuramos não anotar como as pessoas em geral, homens e mulheres, registravam a presença das loiras com roupas mais sensuais. Fixamos a observação nos olhares sobre as pessoas que não chamavam a atenção pelo que vestiam. Percebemos que foi grande a quantidade de homens que olhava de várias maneiras diferentes para as mulheres loiras. O olhar variou do desvio sutil, principalmente quando o curioso estava acompanhado de uma companheira, ao olhar mais ostensivo. Vendedores em porta de lojas, camelôs e pessoas em geral paradas num ponto, que podemos chamar de fácil observação, prestavam mais atenção à passagem de mulheres loiras do que àquelas que tinham outra cor de cabelo. A partir dessas primeiras observações, começamos a definir o tipo de mulher que deveria ser entrevistada, bem como nos ficou explícita a ideia de que ser loira é um fator diferenciador no Rio de Janeiro.

Para captar informações sobre um assunto que permeia a subjetividade das mulheres entrevistadas, optamos, também, pela metodologia que se aproxima das “Histórias de Vida”. Esse método de pesquisa qualitativa está focado nos relatos elaborados pelos entrevistados sobre a história de sua vida. Essas narrativas interessam ao pesquisador no que se refere ao ponto de vista do

sujeito entrevistado sobre aspectos subjetivos de sua vida. Dessa maneira, não há preocupação com a veracidade dos fatos, e sim, com as narrativas elaboradas sob a ótica dos entrevistados. “(...) é o ponto de vista do sujeito. O objetivo desse tipo de estudo é justamente apreender e compreender a vida conforme ela é retratada e interpretada pelo próprio autor” (GLAT, 1989:29). Entretanto, apesar de lidar com relatos individuais, não é um método individualizante. Ao contrário, é um tipo de metodologia que, através da análise dos elementos gerais contidos nas entrevistas, busca chegar a interpretações sobre o comportamento e cultura de determinado grupo. “(...) histórias de vida, por mais particulares que sejam, são sempre relatos de práticas sociais: das formas com que o indivíduo se insere e atua no mundo e no grupo do qual ele faz parte” (BERTAUX apud SANTOS e SPINDOLA, 2003: 121).

Definida a orientação metodológica, começamos a elaborar as formas de proceder com as entrevistas. Em primeiro lugar, a entrevista deveria ser gravada de maneira discreta, de forma que microfones ou gravadores não fossem colocados em primeiro plano. Buscávamos diminuir ao máximo o risco de que os aparelhos causassem algum tipo de constrangimento às entrevistadas. Assim como uma máquina fotográfica ou uma filmadora, o gravador é um recurso que pode modificar a construção da narrativa. As pessoas tendem a se preparar para falar quando anunciamos “*está gravando*”. Nesse momento a resposta à pergunta formulada pode ser aquela que mais se adequa ao perfil que a entrevistada quer construir. Era preciso reduzir esse risco com uma longa conversa de aproximação, explicando os objetivos da pesquisa e a preservação do anonimato da entrevistada. Quando, e se, o clima chegasse ao ponto da fluidez da conversa preliminar, a entrevistadora deveria dizer apenas “*posso gravar?*” e acionar um botão do menor aparelho possível para a captura da voz. Com a tecnologia atual, é possível realizar gravações bem nítidas utilizando um aparelho no bolso da blusa ou preso na parte superior da roupa do entrevistador.

Uma segunda recomendação é quanto à invasão da privacidade da entrevistada. Com a experiência das entrevistas sobre as mulheres que se tornam loiras, percebemos que quando são realizadas em ambiente discreto e na presença apenas de uma entrevistadora e uma entrevistada, o assunto flui, aumentado o tempo de fala

da depoente. É importante que haja pouca interferência do entrevistador, permitindo que os depoimentos sejam configurados pelas entrevistadas. Queremos dizer que o desencadeamento dos assuntos deve ser percebido nas brechas que as entrevistadas fornecem. Não mudar o rumo da conversa quando a entrevistada está se mostrando à vontade, mesmo que, para nossos propósitos, o tema pareça esgotado. O que nos parece suficiente, para quem dá o depoimento, pode ser apenas uma parte do que será dito se concedermos espaço ao interlocutor.

É fundamental deixar que as entrevistadas busquem conexões na memória, façam percursos reflexivos que estavam represados e transforme a nossa presença num motivo para expor opiniões e reflexões. Pode ser ainda, para a entrevistada, um momento de extravasar ideias que não seriam emitidas em outros locais, por falta de oportunidade ou porque não há motivação. Se a sugestão de nosso tema conduz a momentos expansivos das narrações, não podemos ser pretensiosos e encerrar a fala do outro. Principalmente se nossa matéria prima para formulação de conclusões de pesquisa é, em grande parte, o discurso que estamos capturando naquele momento ímpar. Momento que não será repetido, mesmo que façamos outra entrevista com a mesma pessoa com as mesmas perguntas. É importante deixar nossos entrevistados falarem, mesmo que para os objetivos da pesquisa o discurso nos pareça evasivo. Numa entrevista de quinze a vinte minutos podemos aproveitar apenas cinco minutos do conteúdo da fala, mas vale a pena deixar a entrevistada encontrar os caminhos de construção da narrativa. As entrevistadoras precisavam ter a sensibilidade de perceber quando os depoimentos começavam a tomar a forma de falas espontâneas motivadas por um tema sugerido, saindo da relação fria e tímida de resposta às perguntas formuladas.

Se o momento pedia que perguntássemos desde quando nossa entrevistada pintava seus cabelos de loiro, isso poderia ser conseguido com uma simples pergunta: “*desde que idade pinta seus cabelos de loiro?*”. A probabilidade das entrevistadas recorrerem à memória e dizerem uma data próxima é enorme, a resposta seria: “*desde quatorze anos*”. Se começássemos a entrevista com essa pergunta restaria tomar a resposta como correta, considerando uns anos a mais ou a menos, que não fosse aos quatorze anos, mas aos treze ou quinze, e nada mudaria no que diz respeito à qualidade da resposta. Mas,

certamente, teríamos que parar por ali. Supondo que a entrevistada, atualmente, tenha vinte e nove anos (esse é um caso real) podemos especular se nesses quinze anos, mais ou menos, os cabelos da nossa entrevistada sempre foram loiros. Considerando que seja muito importante esclarecer essa dúvida, podemos ainda perguntar: “*depois que pintou de loiro pela primeira vez, você nunca mais trocou a cor de seus cabelos?*”. A resposta a essa pergunta, mesmo que a entrevistada construísse um pequeno discurso a respeito, seria ainda “*sim*” ou “*não*”. E desse ponto não sairíamos, afastando-nos cada vez mais das motivações que as levaram a pintar os cabelos pela primeira vez. Ao mesmo tempo, criamos uma zona de conforto que dispensaria uma reflexão sobre as respostas dadas, bastando concordar, discordar ou fornecer alguns dados sobre a pergunta formulada.

Entretanto, se no lugar de formular a pergunta “*desde que idade pinta seus cabelos de loiro?*”, perguntamos: “*você lembra o que aconteceu quando pintou seus cabelos de loiro pela primeira vez?*” obrigamos que o passeio pela memória ao responder a pergunta seja uma recapitulação dos fatos relevantes que ocorreram quando os cabelos foram pintados pela primeira vez. De acordo com Santos e Spindola (2003), a elaboração de narrativas, por parte dos entrevistados, é um processo que envolve o ato de refletir sobre o que se está contando. “Uma narrativa tem função descritiva e avaliadora pois, quando relatamos um fato, na verdade, estamos tendo oportunidade de refletir sobre aquele momento (SANTOS e SPINDOLA, 2003: 21).”

Desde as reações de indignação até as de admiração, ao explorarmos a história que será contada, podemos nos aproximar, gradualmente, das motivações. As reações favoráveis, assim como as desfavoráveis, interferiram na determinação de manter os cabelos pintados de loiro. Recuperar esse momento de determinação favorece a entrada nas motivações, propulsoras da construção da identidade adquirida com os cabelos pintados de loiro. Com a pergunta que se remete aos fatos ocorridos percorremos uma gama de narrativas que variam imensamente, são histórias particulares de vida que podem ser agrupadas de acordo com a frequência das ocorrências. Uma senhora com mais de oitenta anos nos disse que levou uma surra da mãe quando pintou (descoloriu) os cabelos de loiro pela primeira vez na adolescência. As loiras eram mulheres

vulgares, a imagem estava ligada às atrizes, coristas e prostitutas. Como o retorno à cor original era um processo lento que dependia do crescimento natural do cabelo, ela conseguiu enganar a mãe descolorindo suavemente os fios castanhos da raiz que nasciam. Venceu a mãe pelo cansaço contando com a parceria do pai. Outra mulher, hoje com vinte e cinco anos, foi recebida com entusiasmo pela família, particularmente pela mãe, quando pintou os cabelos pela primeira vez aos quatorze anos.

Como vimos, a indução às respostas objetivas apenas permitiria agrupar as experiências pessoais adquiridas pelas entrevistadas através da nova cor dos cabelos (loiro) e seus efeitos na produção da própria imagem (e na construção da identidade), lançando luz sobre os fatores que motivaram e impulsionaram as mudanças, transformando-as em projetos de longo prazo. São as histórias vividas com os cabelos loiros, desde as primeiras reações das pessoas às impressões atuais, que nos permitirão vislumbrar os fatores que impulsionaram essas mulheres, mantendo com tanta convicção seus cabelos loiros, por tanto tempo que algumas delas nem se lembram de que não são loiras naturais.

Na seleção das entrevistadoras foi enfatizada a necessidade de permitir às entrevistadas a construção de narrativas que nos permitissem lançar alguma luz sobre os fatores que motivaram e mantiveram acesa a chama da vontade de ser loira. Nas entrevistas, as primeiras perguntas eram formais, identificando a faixa etária (ou a idade se não houvesse impedimento), grau de instrução, local de moradia e profissão. Em seguida, foi perguntado o estado civil ou a existência de relacionamentos, namorados, companheiros. Juntamente com as lembranças do impacto, na primeira vez que pintou os cabelos de loiro, sobre as pessoas mais próximas. Aí está aberto o espaço de reflexão, ao identificar que palavras ou gestos indicam o grau de aceitação das pessoas afetivamente próximas, homens e mulheres. As pessoas mais próximas exercem influência na opção pela cor dos cabelos. Muitas vezes reforçam a necessidade de manter a cor do cabelo sempre cuidada, ou fazendo elogios ou críticas ao conjunto que se forma e a identidade elaborada, principalmente, pela cor dos cabelos loiros. As entrevistadoras precisavam estar atentas para perceber em que momento se abria a fresta da “janela das motivações” que conduziram nossas entrevistadas em direção à construção da nova imagem/identidade.

Seleção das Entrevistadas

Quando pensamos no perfil e na quantidade de entrevistadas, tínhamos apenas duas certezas: que as entrevistas seriam feitas com mulheres (os homens loiros falsos estavam descartados) e todas deveriam ser loiras com os cabelos evidentemente falsos (descartadas as mechas, castanho claro e outras variações). As mulheres loiras, principalmente as exuberantemente falsas, atraem os olhares por uma série de fatores agregados. Esses fatores, em sua maioria, já se constituem em estigmas. A loira é sexualmente mais atraente, o cabelo loiro rejuvenesce a mulher, mulheres loiras supostamente são pessoas de sucesso, profissional e afetivo e, talvez, o mais importante: são mais arrojadas, descoladas e estimulam a fantasia sexual de homens e mulheres. São qualidades que estão presentes no imaginário popular, dos que param para olhar a loira passar. Da mesma forma que estão no imaginário das mulheres que usam os cabelos loiros. Não tínhamos certeza se era necessário fazer diferença entre a idade, nível de escolaridade, classe social ou renda e estado civil (entendendo nesse tópico os diversos modos de relacionamento). Essas escolhas seriam feitas na medida em que as primeiras entrevistas fossem realizadas de modo aleatório. Fomos a um grande centro comercial onde havia mulheres com o perfil que procurávamos. Era um centro de venda de biquínis, com enorme movimento durante o ano todo. Nesse local entrevistamos, de forma aleatória, as mulheres com os cabelos pintados de loiro que se propuseram a falar.

Observando a superficialidade dos primeiros contatos, fizemos as primeiras seleções das características do grupo também de forma superficial. Consideramos a possibilidade de transformar as entrevistas numa conversa, permeada pelos distanciamentos que existe numa conversa entre estranhos. Vasculhamos o que pudemos sobre o ambiente familiar e afetivo das entrevistadas, as opções de lazer e diversão e a receptividade que elas encontram com a aparência de mulheres loiras.

Para a seleção menos aleatória de entrevistas, surgiu um primeiro fator de agrupamento. A maneira como as entrevistadas reagiam à proposta de uma conversa, da mesma forma que as “respostas”, diferiam visivelmente de acordo com a classe social. Donas de loja e algumas raras clientes eram refratárias à entrevista

e quando conseguíamos avançar um pouco no contato, as respostas eram evasivas. Já as vendedoras sentiam-se intimidadas quando nos identificávamos e apresentávamos a proposta de entrevista e os objetivos do trabalho. Porém, gradualmente as barreiras da retração eram vencidas e a conversa tendia a fluir com mais liberdade.

As características estigmatizadas das loiras estavam mais presentes nos depoimentos das mulheres com menor renda e escolaridade. Evidentemente poderíamos estar frente à capacidade que as mulheres com maior grau de escolaridade e renda teriam em conduzir a entrevista exercendo maior controle sobre as respostas dadas. Mas esse seria apenas um elemento de definição de nossa amostragem aleatória quanto ao número e quanto ao perfil sociocultural das entrevistadas. Optamos por agrupar as selecionadas pela disponibilidade de responder às nossas perguntas e sua seleção em regiões da cidade do Rio de Janeiro com tendência a maior circulação de mulheres com determinado perfil social. Sabíamos que encontraríamos algumas diferenças entre as entrevistadas se nos concentrássemos na Praça Nossa Senhora da Paz (Ipanema), no Largo do Machado (Flamengo/Catete) ou na Praça Sans Peña (Tijuca). Que surgiriam evidências nos discursos das entrevistadas, dependendo do lugar onde fossem abordadas, que marcariam sutis diferenças entre grupos socioculturais, mas, a princípio nós não sabíamos com precisão quais eram os fatores diferenciadores. Por isso optamos pela amostra aleatória em três pontos diferentes da cidade.

Por mais que, em um primeiro contato, tivéssemos percebido uma diferença na disponibilidade para a realização das entrevistas baseada nos níveis de renda e escolaridade, optamos por não nos intimidar pela aparente dificuldade que se elevava à medida que abordávamos mulheres de classes sociais mais altas. Não podíamos limitar nossa abordagem apenas às mulheres que possuíam menor nível de escolaridade e renda, afinal, nosso intuito era perseguir as motivações para a transformação em loira, independente do grupo social ao qual às entrevistadas pertencessem.

Decidimos manter como único critério de seleção das entrevistadas: a presença do cabelo loiro evidentemente pintado. Independente do nível socioeconômico, decidimos por entrevistar loiras das mais diversas classes sociais. Objetivamos, dessa forma, mapear as motivações para a transformação em loira em

diversos ambientes e espaços sociais. Assim como, buscar uma variedade maior de narrativas, que não estivessem, obrigatoriamente, vinculadas à cultura de determinado grupo socioeconômico. Como nosso objetivo era investigar as motivações individuais, optamos por não nos ater a determinados grupos sociais, econômicos, culturais ou religiosos.

Considerações Finais

O final da produção desse artigo coincide com a realização de quarenta e cinco entrevistas da pesquisa *Loiras: um estudo sobre cor do cabelo e produção da identidade*. No processo de realização, transcrição e análise das entrevistas, verificamos que a metodologia elaborada vem alcançando os objetivos propostos pelo estudo. Entrevistamos mulheres de variadas idades (de 16 a 78 anos), biotipos, etnias, camadas sociais e habitantes de diferentes bairros da cidade. Na amostragem do primeiro grupo de entrevistas, tivemos entrevistadas: brancas, pardas, mulatas e negras. Ocupantes de diversas profissões: manicure, médica, fisioterapeuta, professoras, estudante, camelô e outras. Moradoras de bairros de classe média, média alta e de periferia. Pela variedade de tipos femininos da amostra e pelos bons resultados colhidos com a investigação sobre as motivações para pintar os cabelos de loiro, temos segurança para traçar algumas considerações sobre as respostas coletadas e a metodologia aplicada.

A escolha por entrevistadoras se mostrou bastante positiva. Notamos que os assuntos cabelo e manipulação da aparência adquirem um tom de cumplicidade quando conversado com outra mulher. Afinal, os cuidados com relação à beleza fazem parte da cultura feminina, logo, a maioria das entrevistadas se mostrou muito à vontade ao falar dos seus cabelos e mais, demonstravam sentirem-se envaidecidas por serem escolhidas para as entrevistas devido aos seus cabelos. Esse contato mais íntimo facilitou a abertura das entrevistadas às questões pertinentes às entrevistas e proporcionaram narrativas ricas e diversas. Encontramos uma gama variada de motivações, da mulher que pinta seus cabelos de loiro homenageando a filha que morreu (que também pintava os cabelos de loiro) à cabeleireira que se tornou loira porque gostava muito do pai e queria ficar como ele, que era loiro, e a senhora que se tornou loira para ficar parecida com a atriz Marilyn Monroe.

Com relação à condução e ao formato da entrevista, também obtivemos resultados proveitosos. A grande maioria das entrevistadas declarou que os cabelos loiros lhe conferiram maior autoestima, já que, após tornarem-se loiras, passaram a se diferenciar das outras mulheres e foram alvo de maior admiração, tanto masculina quanto feminina. Nas entrevistadas mais velhas, o fator rejuvenescimento foi bastante citado. O loiro é usado tanto para disfarçar fios brancos como para conferir uma aparência mais jovial já que, para as entrevistadas com mais idade, o cabelo loiro faz com que pareçam mais jovens, ao contrário do cabelo escuro, que envelhece. Uma das entrevistadas disse que quando fez 30 anos pintou o cabelo de loiro porque, na virada dos 30, a mulher deve fazer o possível para parecer mais nova. Todas as entrevistadas disseram que não pretendem mudar a cor de seus cabelos, que encontraram a cor ideal. As narrativas informaram que o cabelo loiro trouxe diversas vantagens para as mulheres pesquisadas: passaram a se sentir mais bonitas, chamativas, atraentes, vaidosas e jovens. Talvez por isso tenham sido tão enfáticas ao dizer que o loiro é a cor preferida. Uma das entrevistadas declarou: “eu vou morrer loira”.

Outro fator que merece destaque é o fato de nenhuma entrevistada ter demonstrado que usa um artifício para se tornar loira, ou seja, que é uma loira falsa. Ao contrário, os discursos demonstraram que ser loira é muito mais que ter o cabelo loiro (natural ou pintando), significa adotar uma nova postura frente ao meio social, ser diferenciada e reconhecida como portadora de qualidades específicas. Dessa forma, para essas entrevistadas, ser loira é uma questão de identidade, e não de etnia. Para tornar-se loira não há necessidade de seguir qualquer padrão étnico ou genético. Uma das entrevistadas, uma adolescente negra com os cabelos loiros, crespos e cheios, ou seja, o oposto do padrão étnico da loira, disse sorridente e orgulhosa: “Eu amo ser loira”. Assim, vemos um caminho de interpretação apontado para a questão das identidades. Os discursos das entrevistadas demonstraram que ser loira é assumir uma identidade feminina ligada à beleza, sensualidade e jovialidade. Supomos que ser loira, para essas mulheres, é adquirir as representações mais clássicas ligadas à mulher loira. Dessa maneira, reelaboram suas identidades criando novas maneiras de se relacionar com o mundo e consigo mesmas.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. (1999). *Modernidade e Ambivalência*. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor.
- _____. (2001). *Modernidade Líquida*. Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- BOEREE, George. Race. Webspace.ship.edu. Disponível em: <<http://webspace.ship.edu/cgboer/race.html>>. Acesso em: 05 fev. 2014.
- BOURDIEU, Pierre. (2007). *A distinção*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk.
- _____. (1987). “What makes a social class? On the theoretical and practical existence of groups”. In: *Berkeley Journal of Sociology*, n. 32, pp. 1-49.
- BOUZÓN, Patricia Gino. (2010). *Construindo identidade: um estudo etnográfico sobre manipulação da aparência em salões de beleza na cidade do Rio de Janeiro*. Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- CONRAD, Barnaby. (1999). *The Blonde: A Celebration of Golden Era from Harlow to Monroe*. San Francisco: Chronicle Books.
- DOOLEY, Robert; LEVINSOHN, Stephen. (2003). *Análise do discurso*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- DUBAR, Claude. (1997). *A socialização: construção das identidades sociais e profissionais*. Porto: Porto Editora.
- FERREIRA, Jonas. (2000). “Simmel: da vida ao tempo. Simmel e a construção da subjetividade no mundo moderno”. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais – ANPOCS*; vol. 15, nº 44, pp. 103-117, outubro.
- GLAT, Rosana. (1994). *Ser mãe e a vida continua*. Rio de Janeiro: Agir.

- GOFFMAN, Erving. (1978). *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro: Zahar.
- _____. (1999). *A apresentação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- GOLDENBERG, Mirian. (2002). *Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record.
- KAWULICH, Barbara. (2005). “Participant Observation as a Data Collection Method”. In: *Forum: Qualitative Social Research*. v. 6, n. 2, art. 43, pp 01-32 may. Freie Universität Berlin.
- LAVILLE, Christian; DIONE, Jean. (1999). *A Construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em Ciências Humanas*. Belo Horizonte: UFMG.
- LEACH, Edmund. (1978). *Cultura e comunicação: a lógica pela qual os símbolos estão ligados*. Rio de Janeiro: Zahar.
- MAUSS, Marcel. (2003) [1934]. “As técnicas do corpo”. In: *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify, pp 401-422.
- MORIN, Edgar. (1996). *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- PITMAN, Joanna. (2003). *On Blondes*. Londres: Bloomsbury Publishing PLc.
- QUEIROZ, Renato da Silva; OTTA, Emma. (2000). “Beleza em foco: condicionantes culturais e psicobiológicos na definição da estética corporal”. In: QUEIROZ, Renato da Silva (org.). *O corpo do brasileiro: estudos de estética e beleza*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, pp 13-66.
- SALAZAR, Carlos. *Acting out the stereotype of the dumb blonde: from Catherine Rosalie-Duthé to Marilyn Monroe*. Academia.Edu. Disponível em: <http://www.academia.edu/1999140/Acting_Out_the_stereotype_of_the_Dumb_Blonde_from_Catherine-Rosalie_Duthe_to_Marilyn_Monroe>. Acesso em: 03 fev. 2014.
- SANTOS, Thelma; SPINDOLA, Rosângela da Silva. (2003). “Trabalhando com história de vida: percalços de uma pesquisa (dora)? In: *Revista da Escola de Enfermagem da USP*. Vol. 02 nº 37, pp 119-126, jul.
- SELLTIZ et al. (1975). *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. São Paulo: Ed. USP.
- WOODWARD, Kathryn. (2007). “Identidade e diferença: uma introdução conceitual e teórica”. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. 7ª Ed. Petrópolis-RJ: Vozes, pp 07-72.