

**Seção: Contextualizando Gênero****PALESTRA CONGRESSO SAÚDE DA MULHER****Mary Lucy Murray del Priori<sup>1</sup>**

Nos últimos anos, a mulher brasileira viveu diversas transformações físicas. Acompanhou a invenção do batom, em 1925, do desodorante, nos anos 50, cortou os “cabelos à la garçonne”, gesto sacrílego contra bastas cabeleiras do século passado. O espartilho, graças ao trabalho feminino nas fábricas, diminuiu e se transformou em soutien para possibilitar uma maior movimentação dos braços. “Manter a linha” tornou-se um culto. A magreza ativa foi a resposta do século à gordura passiva da Belle Époque. O jeans colado e a mini-saia sucederam, nos anos 60, ao erotismo da mão na luva e das saias no meio dos tornozelos característicos dos anos 20. No decorrer deste século a mulher se despiu. O nu nas televisões, nas revistas e nas praias, incentivou o corpo a desvelar-se em público, banalizando-se sexualmente. A solução foi cobri-lo de cremes, vitaminas, silicones. A pele tonificada, alisada, limpa, apresenta-se idealmente como uma nova forma de vestimenta, que não deve enruguar nem “amassar” jamais. Uma estética esportiva votada ao culto do corpo, fonte inesgotável de ansiedade e frustração, levou a melhor sobre a sensualidade imaginária. Diferentemente de nossas avós, não nos preocupamos mais em salvar nossas almas, mas em salvar nossos corpos da desgraça da rejeição social. Nosso tormento, não é o fogo do inferno, mas a balança e o espelho. “Liberar-se”, contrariamente ao que queriam as feministas, tornou-se sinônimo de lutar, centímetro por centímetro, contra a decrepitude fatal. Decrepitude, agora, culpada, pois o prestígio exagerado da juventude tornou a velhice vergonhosa.

---

<sup>1</sup> Professora do Programa de Mestrado em História da Universidade Salgado de Oliveira - UNIVERSO/NITERÓI- e desenvolve pesquisa intitulada "Cultura, mentalidade e vida social no Rio de Janeiro do século XIX". Tem pesquisas na área de história colonial, história da cultura, história de gênero.

Nossa sociedade mira, cada vez mais nos valores de juventude e progresso. Ao mesmo tempo que se reconhece a importância da saúde como fonte de prazer, e a medicina tem feito inúmeros avanços para nos prover com bem estar, todos os esforços são investidos para dissolver a velhice. Para reduzi-la. O aumento da esperança de vida, tornou-se um problema, pois as mulheres não querem mais “envelhecer”. Elas negam-se a mudar, a transformar-se.

Historiadores sabem que a história das mulheres passa, pela história de seus corpos. No passado, o corpo da mulher era visto, com as marcas da inferioridade. Um exemplo? Segundo os médicos do século XVII, a mulher era um homem diminuído; seu corpo era menor, seus ossos pequenos, suas carnes moles e esponjosas. Sua subordinação expressava-se, ainda, na capacidade de reproduzir, quando solicitada pelos homens. Contudo, na outra ponta desta submissão, a mulher era senhora de beleza e sensualidade. Beleza considerada perigosa, pois capaz de perverter os homens. Sensualidade mortal, pois comparava-se a vagina a um poço sem fundo, no qual o sexo oposto naufragava. As noções de feminilidade e corporeidade, sempre estiveram, portanto, muito ligadas em nossa cultura.

Mas vejamos como foi essa história. Ao desembarcar na então chamada Terra de Santa Cruz, os recém-chegados portugueses impressionaram-se com a beleza de nossas índias andando nuas e “sem vergonha alguma”. A Pero Vaz de Caminha não passaram despercebidas as “moças bem moças e bem gentis, com cabelos muito pretos compridos, de corpos, “limpos e tão gordos e tão formosos que não pode mais ser”. Os cânones da beleza européia, transferiam-se para cá, no olhar guloso dos primeiros colonizadores. Durante o Renascimento, graças a teoria neoplatônica, amor e beleza, caminhavam de mãos dadas. Vários autores discutiram a correspondência entre Belo e Bom, entre o visível e o invisível. Não é a toa que nossas indígenas são consideradas, pelos cronistas seiscentistas, criaturas inocentes. Seu despudor era lido numa chave de desconhecimento do mal, ligando portanto, sua “formosura” à idéia de pureza.

É bem verdade que as características de nossas belas estava um tanto distante do modelo renascentista europeu. Os grandes pintores do período – pensemos em Ticiano ou

[DOI: 10.18351/2179-7137/ged.2015n1p25-35](https://doi.org/10.18351/2179-7137/ged.2015n1p25-35)

Veronese - preferiam mulheres de cabelos claros, ondulados, com rosto e colo leitoso como pérola, bochechas largas, fronte alta, sobrancelhas finas e bem separadas. O corpo devia ser “entre o magro e o gordo, carnudo e cheio de suco”. A “construção”, como dizia-se, então, tinha que ser de boa carnadura. A metáfora servia para descrever ombros e peito forte, suporte para seios redondos e costas onde não se visse um sinal de ossos. Até os dedos afuselados eram cantados em prosa e verso. Gilberto Freyre<sup>2</sup> foi pioneiro em captar o interesse dos portugueses, não pelo modelo clássico que acabamos de descrever, mas pela “moura encantada”: tipo delicioso de mulher morena de olhos pretos, segundo ele, envolta em misticismo sexual – sempre de encarnado, sempre penteando os cabelos ou banhando-se nos rios ou nas águas de fontes mal assombradas – que os lusos vieram reencontrar nas índias nuas e de cabelos soltos. Além do que, elas eram gordas como as mouras. Segundo Freyre, poder-se-ia afirmar que a mulher morena era a preferida dos portugueses para o amor físico. A moda da mulher loura, limitada às classes altas, seria antes repercussão de modismos exteriores. Prova disso, segundo o mesmo autor, é que nosso lirismo amoroso não revela outra tendência do que a glorificação da mulata, da morena celebrada pela beleza de seus olhos, pela alvura de seus dentes, pelos seus dengues, muito mais do que as “louras donzelas”. Estas surgiriam num ou noutro soneto, sem o relevo das outras. Como veremos, a moda da loura, aliás, só desembarcará, no Brasil, bem mais tarde.

Morenice e robustez, eram, então, padrões de beleza. Não apenas na pluma dos poetas, mas também na pena de viajantes estrangeiros de passagem pelo Brasil, sensíveis, eles também às nossas Vênus. “As portuguesas do Brasil, tem o corpo bem feito; seus cabelos são de um belo castanho-escuro e os seus olhos, grandes e negros, deixando transparecer uma espécie de languidez ...” registrava em 1757, M. de la Flotte.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> - *Casa Grande & Senzala*, Rio de Janeiro, IML, Brasília, MEC, 1980, p.10.

<sup>3</sup> - Sobre a opinião de viajantes estrangeiros a respeito da população brasileira ver Jean-Marcel Carvalho França, *Visões do Rio de Janeiro Colonial (1531-1800)*, Rio de Janeiro, UERJ/José Olympio editora, 1999.

Enquanto poetas e viajantes despiam, o que a sociedade cobria, uma rede de objetos, matérias, cores e odores buscavam transformar o copo feminino. Dissimular, apagar, substituir as imperfeições graças ao uso de pós, perucas, unguentos, espartilhos e tecidos volumosos era comum. A pele azeitonada, a robustez física, as feições delicadas e a longa cabeleira passavam por processos feitos de bens e serviços, utensílios e técnicas. Na Europa moderna, desde o século XVI circulavam livros de receitas – *os segredos* – de beleza. A cosmética evoluía. A depilação das sobrancelhas, a pintura dos olhos e dos lábios, a coloração das maçãs do rosto, o relevo dado à fronte, atestavam uma nova representação da mulher. Preparações variadas desdobravam-se em maquilagens pesadas, muito parecidas à mascaras. Difíceis de manejar, muitos pós deviam ser diluídos em água de rosas, servindo para cobrir a cara inteira. Elaborados a partir de pau-brasil ou cochililha, o “*rouge*” apresentavam-se na forma líquida ou de unguento quando se lhes adicionava gordura de porco ou cera. Serviam para tingir boca e bochechas. Complexas ou onerosas, boas e baratas, tais receitas eram feitas a partir de ingredientes diversos. A virtude de algumas atravessou os séculos. A ação depilatória do sulfato de arsênico, malgrado sua toxicidade, por exemplo, é uma delas. A gordura de cavalo, pela analogia com os longos pelos do animal, garantiam cabelos soberbos e sedosos. A pele de cobra, prometia fazer a pele feminina ficar nova. Pérolas esfregadas aos dentes, garantiam brilho e brancura. Coberto de alvaiade, o rosto era totalmente emaciado com a finalidade de cobrir as marcas deixadas por doenças, então, corriqueiras: varíola, catapora, manchas de sol, acne.

Numa época em que o dimorfismo sexual era lei, a figura feminina era marcada, nas partes baixas do corpo, pelas curvas, e no rosto pelos signos da feminilidade. A cabeleira era, alvo de toda as preocupações, equilibrando-se graças à camadas de farinha empoadas pelo cabeleireiro. Embranquecer e perfumar os cabelos graças à utilização do amido, de ossos secos e transformados em pó depois de bem pilados, de madeiras raspadas e reduzidas a pó, era ofício desses cúmplices da intimidade feminina. Depois, os cabelos eram frisados, eriçados, encrespados e banhados em pomadas. A mania dos cabelos longos, vicejou. E como! Cem anos mais tarde, na rua do Ouvidor no Rio de Janeiro, a loja do cabeleireiro

*Cabeça de Ouro* exibia na vitrina uma formosa trança que media onze palmos e meio, segundo Joaquim Manoel de Macedo.

Belas, lindas...como seriam, dentre nossas avós, aquelas que inspiravam os suspiros do poeta? No século XIX, eram majoritariamente morenas e gordas. O pintor Manet extasiara-se: “ as brasileiras são geralmente lindas; tem olhos e cabelos magnificamente negros”! Mas obesidade, fantasma do final do século XX, já provocava, no Dezenove, interjeições negativas. Muitas mulheres brancas eram descritas como possuidoras de um corpo negligenciado, pesado, emoldurado por um rosto precocemente envelhecido. As causas eram várias: a indolência, os banhos quentes, o amor à comodidade, o ócio excessivo desfrutado numa sociedade escravista, o matrimônio e a maternidade precoces, as formas de lazer e de sociabilidade que não estimulavam o exercício físico, o confinamento ao lar impregnado de apatia. Apesar do declarado horror à obesidade, os viajantes reconheciam que o modelo “cheio”, arredondado, correspondia ao ideal de beleza dos brasileiros, o que explicavam pela decorrência do gosto de seus ancestrais. Gordas e belas eram qualidades sinônimas os brasileiros. Dizia-se que maior elogio que se podia fazer a uma dama no país era estar a cada dia “mais gorda e mais bonita”, “coisa – segundo o inglês Richard Burton, em 1893 – que cedo acontece à maioria delas”. As ancas ganharam uma grande aliada com a moda das “anquinhas”. Essa espécie de enchimento artificial capaz de valorizar o baixo corporal feminino, deu ao posterior feminino uma forma ainda mais luxuriante. No século XIX, belas eram, portanto, as elegantes, possuidoras de um corpo-ampulheta, verdadeiras construções trabalhadas por espartilhos e anquinhas capazes de comprimir ventres e costas, projetando seios e nádegas. A couraça vestimentar deveria servir para protegê-las, simbolicamente, do desejo masculino. Desejo, alimentado pela voluptuosidade da espera, do mistério, do jogo de esconde-esconde que as mulheres traduziam com seus corpos.

A segunda metade do século XIX foi marcada pela presença do romantismo na literatura e, por conseguinte, de imagens românticas associadas às mulheres. Tais sentimentos desdobravam-se na valorização da tez marmórea. Essa face de esfinge era percebida como reflexo do fogo interior, das doenças que grassavam: tísica, anemia ou

tuberculose. O interessante é que não faltaram receitas de beleza para dar realidade a tais representações. Uma cosmética à base de óleos de cacau, sangue de galinha, urina de criança ou excrementos agilizavam a obtenção das palidez cantada em prosa e verso. Mas havia um outro movimento a empurrar as mulheres. Desde o início do século, na Europa, multiplicavam-se os ginásios, os professores de ginástica, os manuais de medicina que chamavam atenção para as vantagens físicas e morais dos exercícios. As idéias de teóricos importantes como Tissot ou Pestalozzi corriam o mundos. Nos finais do século, mulheres começam a pedalar ou a jogar tênis na Europa. Não faltou quem achasse a novidade, imoral, uma degenerescência e até mesmo, pecado. Perseguia-se tudo o que pudesse macular o papel de mãe dedicada exclusivamente ao lar.. Era como se as mulheres estivessem se apropriando de exercícios musculares próprios à atividade masculina. A elegância feminina começou a rimar com saúde. Se a mudança ainda se revelava hesitante, não demorou muito a instalar-se e a tornar-se inexorável

Na Europa de onde vinham todas as modas, a entrada da mulher no mundo do exercício físico, do exercício sobre bicicletas, nas quadras de tênis, nas piscinas e praias, trouxe também a aprovação de corpos esbeltos, leves e delicados. Tinha início a perseguição ao chamado “*enbompoint*”, - os quilinhos a mais. O estilo “tubo” valorizava curvas graciosas e bem lançadas. O grande romancista Emile Zola, se alarmava: “A idéia de beleza agora reside na esterilidade de mulheres alongadas, donas de flancos pequenos”. Era a eclipse do ventre. Alguns médicos rebelavam-se contra a moda de tendência masculina que associavam às idéias feministas e ao desprezo pela maternidade. Os cabelos curtos, as pernas finas, os seios pequenos eram percebidos por muitos homens como uma negação da feminilidade. O movimento, contudo estava lançado. Regime e musculação começavam a modelar as compleições longilíneas e móveis que passam a caracterizar a mulher moderna, desembaraçada do espartilho e ao mesmo tempo, de sua gordura decorativa. Lentamente, a norma estética emagrece, endurece, masculiniza o corpo feminino, deixando a “ampulheta” para trás.

Já vimos que a preocupação em ser bela, não era novidade. Mas aqui, a percepção da beleza feminina tornava-se mais palpável. Os concursos de beleza, recém-inventados, chancelavam essa preocupação, junto com centenas de conselhos de beleza que invadiam a imprensa. Todos os melhoramentos deviam ser estimulados. O discurso higienista, tão ativo entre os anos 20 e 30, estimula a vida das mulheres ao ar livre, menos cobertas e mais fortificadas<sup>4</sup>. O hábito dos esportes, a fundação de clubes, a ênfase na dança estimulada pela recém inventada indústria cinematográfica, instigavam a exposição dos corpos. Instala-se a busca da aparência sã. A medicina começa a sublinhar a importância de exercícios e vida saudável para preservar, não somente a saúde, mas a frescura da tez, a pele saudável, o corpo firme e jovem. Acreditava-se que os defeitos físicos poderiam ser corrigidos, não à custa, de toneladas de maquiagem ou qualquer outro artifício, mas por outros meios salutarres como a vida higiênica, disciplinada e moderada. Se até o século XIX, matronas pesadas e vestidas de negro enfeitavam álbuns de família, no século XX, elas tendem a desaparecer da vida pública. Envelhecer começa a ser associado à perda de prestígio e ao afastamento do convívio social. Associa-se gordura diretamente à velhice. É a emergência da lipofobia. Não se associava mais o redondo das formas, - as “cheinhas” – ao prazer, à prosperidade burguesa que lhes permitia comer muito, do bom e do melhor. A obesidade começa a torna-se um critério determinante de feiúra, representando o universo do vulgar, em oposição ao elegante. Curiosamente, esbeltez e juventude se sobrepõem. Velhice e gordura, idem. “É feio, é triste mesmo ver-se uma pessoa obesa, principalmente se se tratar de uma senhora; toca às vezes as raias da repugnância” advertia a *Revista Feminina*, em 1923. A gordura opunha-se aos novos tempos que exigiam corpos ágeis e rápidos. A magreza tinha mesmo algo de libertário: leves, as mulheres moviam-se mais e mais rapidamente, cobriam-se menos com vestidos

---

<sup>4</sup> - Sobre o discurso higienista é obrigatório o livro de Jurandir Freire Costa, *Ordem médica e norma familiar*, Rio de Janeiro, Graal, 1979. Como bem esclarece esse autor, o higienismo é implementado por um importante ramo da medicina de então, a medicina social. Esse ramo pregava a tese de que a sociedade, quando em mal funcionamento, poderia ser causadora de doenças, sendo, portanto, passível de medicalização. Há um claro sentido político nessa abordagem, uma vez que se propugnava a formação de uma “família higiênica” capaz de formar a elite dirigente do país.

mais curtos e estreitos, estavam nas ruas. O rosto rosado pelo ar livre, pela atividade não se coadunava com o semblante amarelo das mulheres confinadas em casa.

Vitória da silhueta reta? Não! Ilustrações e charges dão a pista para o gosto masculino em relação às formas femininas. Elas seguiam arredondadas, valorizando quadris e nádegas, seios pequenos e pouco salientes. Resumindo: quatrocentos anos de morenas e mulatas sinuosas, da consagrada “morenidade” descrita por Gilberto Freyre, resistiam bravamente aos modelos importados e aos avanços das belezas escandinavas, ditadas pelo higienismo ou hollywoodianas, impostas pelo cinema!

Foi mais uma vez Gilberto Freyre quem chamou atenção para o surgimento da moda das louras entre nós. Ela chega na segunda metade do século XIX com a importação de bonecas francesas para as meninas e de prostitutas francesas e polacas, as chamadas *cocottes*, para seus pais. A moda da loura vai ganhar força logo depois da proclamação da República por diferentes razões: primeiramente, pelo ideal de branqueamento das elites, incomodadas com o mulatismo da população. A seguir, graças à chegada de imigrantes estrangeiros, os alemães, sobretudo, considerados modelos de eugenia. Finalmente, as teorias arianas que conquistaram parte dos intelectuais brasileiros. Era crença comum que o “clareamento da pele” aproximaria o Brasil de certa “melhoria da raça” responsável, em última instância pela construção do progresso nacional. Em tal cenário, fica fácil entender a valorização social das mulheres claras. Quem não era branca tratava de parecer branca através da utilização de pós, pomadas brancas e cabelos tingidos. Revistas femininas recomendavam às mulheres protegerem-se do sol antes de sair de casa, evitando a todo o custo o “aspecto grosseiro” e a “cor feia” resultante do bronzeamento. A beleza natural não estava associada à pele dourada, mas às faces rosadas. A seqüência encabeçada pela “platinum blonde” Jean Harlow, seguida de Marilyn Monroe, Doris Day entre outras, deram uma linhagem de grande influência entre nós, até a chegada das *Barbies*, nos anos 70.

Nos anos 70, desembarcaram no Brasil, junto com as bonecas *Barbie*, numerosas máquinas e técnicas do corpo, instrumentos de um verdadeiro marketing de vivências corporais: o *body business*. Passava-se de uma estética feminina, para uma ética feminina,

[DOI: 10.18351/2179-7137/ged.2015n1p25-35](https://doi.org/10.18351/2179-7137/ged.2015n1p25-35)

ética que obrigaria a mulher a responsabilizar-se por seu próprio envelhecimento. O corpo numa sociedade de abundância industrial tinha uma nova tarefa: ser um corpo consumidor, e pior, consumidor em cada uma das suas partes individualizadas e cuidadas. Para as unhas, esmaltes e lixas. Para os cabelos, shampoos. Para o corpo hidratantes. Difundindo padrões de beleza, as imagens publicitárias de produtos nunca dantes vistos, refletem-se no público feminino. Nasce aí a imagem do corpo livre e liberado, de quem sabe o que quer, que goza, que é dono do próprio nariz; corpo livre da submissão dos signos do trabalho. Um corpo sem cicatrizes, um corpo sorriso, um corpo publicitário. Ironicamente, um corpo que ao buscar incessantemente a sua originalidade, apaga-se pois esta transforma-se em regra. Dramaticamente, esta busca estará sempre referida a um ideal inatingível, uma vez que as imagens veiculadas nada têm de humano e a promessa de felicidade absoluta aí contida, empurra as mulheres para a impossibilidade de adequar-se aos novos padrões estéticos. A publicidade embute, em relação a essas que não se encaixam nos padrões, uma ideologia de fracasso, de impotência frente ao próprio corpo.

A indústria cultural ensina as mulheres que cuidar do binômio saúde-beleza é o caminho seguro para a felicidade individual. É o culto ao corpo na religião do indivíduo onde cada um é simultaneamente adorador e adorado<sup>5</sup>. Mas o culto não é para todos. O tal corpo adorado é um corpo de “classe”. Ele pertence a quem possui capital para frequentar determinadas academias, têm “*personal trainers*”, investe no “*body fitness*” sendo trabalhado até adquirir as condições ideais de competitividade que lhe garanta assento na lógica capitalista. Quem não o modela, está fora, é excluída. O artifício é esperto em termos econômicos, uma vez que insere em outro tipo de mercado consumidor, toda uma camada da população feminina privada dos serviços de academias de ginástica e de práticas dispendiosas. O canal de TV “*shoptime*” e os catálogos à domicílio, com todas as ofertas, de aparelhos para “tirar a barriga”, cremes para celulite etc., são exemplares para ilustrar a lógica de mercado. O modelo, visa a gratificação imediata, prometendo à consumidora que nada lhe

---

<sup>5</sup> - I. Strozemberg, *De corpo e alma*, Rio de Janeiro, Contemporânea, 1986.

será negado. A beleza é vendida como uma promessa para todas! Mas a beleza moderna longe de prometer uma compensação à mulher, agudiza sua frustração e impotência face à imagem ideal. A mulher passa a ser mais algoz de si mesma, desenvolvendo uma relação persecutória contra o próprio corpo. Cada ruga, cada grama, leva-a ao desespero. Aprisionada às máquinas, ao “personal trainer”, ao Xenical essa mulher se vê como escrava da imagem de Barbies, Xuxas, e outras. Ela é cada vez mais aquilo que o outro quer que ela seja, precisa ou deixa que ela seja. Pior, transformada em miragem, ela não é o que se vê, mas o que se quer ver

O fim do século XX inventou um narcisismo coletivo, uma estética insólita do amor de si. A beleza instituiu-se como prática corrente, pior, ela consagrou-se como condição fundamental para as relações sociais. Banalizada, estereotipada, ela invade o cotidiano através da televisão, do cinema, da mídia, explodindo num todo – o corpo nu, na maior das vezes, - ou em pedaços – pernas, costas, seios e nádegas. Nas praias, nas ruas, nos estádios ou nas salas de ginástica ela exerce uma ditadura permanente, humilhando e afetando os que não se dobram ao seu império.

Más notícias nessa entrada do Século XXI: as mulheres continuam submissas! De nada adiantou a revolução sexual, a queima de *soutiens*, a difusão da pílula. É como se quiséssemos continuar como as eternas representantes do “sexo frágil”, a quem tudo se impõe. Trocamos a dominação de pais, maridos e patrões por outra, invisível e, por isso mesmo, mais perigosa. A dominação da mídia e da publicidade. É ruim, e até pior, pois diariamente enfrentamos a tarefa de ter que ser eternamente jovens, belas e sadias. Não há prisão mais violenta do que aquela que não nos permite mudar.

Os efeitos dessa constatação entre as mulheres é perverso. Em sua grande maioria, investem tudo o que podem na aparência exterior. O modelo *Barbie* parece não deixar opção. Não há limites para continuar magra, turbinada e vitaminada. As cirurgias plásticas, no entender de uma conhecida atriz, tornaram-se uma questão de “higiene”. O silicone nos seios, substitui, como explicou saudosos, um comediante, o “tradicional leitinho”. Ora, a identidade corporal feminina está sendo condicionada, não pelas conquistas da mulher no mundo

privado ou público, mas por mecanismos de ajuste obrigatório a tríade beleza-juventude-saúde. Leia-se: a mulher deve explicitar a beleza do corpo por sua juventude, sua juventude por sua saúde, sua saúde por sua beleza.

Pode não parecer evidente, mas as relações que temos tido com nossos corpos revelam o tipo de identidade que estamos construindo. As revistas femininas nos ensinam que vivemos um momento ideal de “otimismo”. “*Que idade? Jovem!*”. O anúncio acompanha o produto anti-rugas com o rosto sorridente da mulher de idade indefinida. A foto resume bem essa disposição para fazer com que a idade madura pareça o fim da História. Nada existiria depois dela. Nem mesmo aquele país cinza, da cor da cabeça de nossas avós. Argumentos publicitários, produtos de beleza e medicina vulgarizada nas revistas são os mecanismos sutis mas extremamente repressivos que agem sobre o corpo feminino. Bom seria começar a ter uma posição crítica em relação a esses discursos. Discursos tão mais perigosos quanto aderem de maneira sub-reptícia a nosso cotidiano fazendo-nos, confundir sua normalidade com banalidade. O que estamos esperando para começar a reagir?