

Assimetrias de gênero no Brasil e doce: o feminino empacotado em misturas para bolo¹

Roberto Alves REIS²
Universidade Federal de Minas Gerais

RESUMO

Este artigo tem por objetivo compreender como algo aparentemente tão trivial como embalagens de misturas para bolo de marcas brasileiras compõem nós em uma rede de textualidades que dão a ver as assimetrias de relações de gênero constituídas no Brasil. Nosso foco é como historicamente, em nosso país o doce foi associado ao feminino, ao lar e ao cuidado e como essa construção estereotipada do feminino se cristaliza em textos verbo-visuais contemporâneos, como embalagens de produtos.

PALAVRAS-CHAVE: assimetrias de gênero; embalagens; textos verbo-visuais.

O caminho proposto neste artigo é o de uma desnaturalização do olhar sobre embalagens de misturas para bolo de marcas brasileiras trazendo à luz como se construiu a associação entre feminino e doce ao longo da história ocidental para, em seguida, analisar como essa associação se materializa em textos verbo-visuais. Para tanto, é importante ter em mente que tais textos tanto “falam” quanto “fazem calar”, ou melhor dizendo, eles, simultaneamente, mostram e escondem as assimetrias de gênero³. Gonzalo Abril falará de um “regime de visão”:

Buscaríamos em vão uma ordem política que não se sustentou e se expressou por meio de um certo regime de visão, isto é, tanto por uma certa administração de visibilidade e invisibilidade quanto pela aplicação de procedimentos específicos de tornar

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do corpo e Gêneros, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação pela UFMG. Coordenador do Projeto de extensão Una-se contra a LGBTfobia. Professor do Centro Universitário Una, de Belo Horizonte. E-mail: robertocomunica@yahoo.com.br

³ Para nosso artigo, um ponto de partida foi a discussão de Woodward (2000) que relaciona a identidade de uma pessoa aos produtos que essa pessoa consome. No caso específico da autora, ela analisa o cigarro fumado pelos diferentes combatentes durante a guerra da antiga Iugoslávia: “Existe uma associação entre a identidade de uma pessoa e as coisas que uma pessoa usa. O cigarro funciona, assim, neste caso, como um significante importante da diferença e da identidade e, além disso, como uma significante que é, com frequência, associado com a masculinidade (WOODWARD, 2000, p. 10). Em um primeiro olhar sobre as embalagens de bolo de marcas brasileiras, é possível constatar uma forte marcação de diferença de gênero. Investigar essas embalagens, portanto, ajuda-nos a compreender, por exemplo, como certas feminilidades são estruturadas no país.

visível (e portanto, de não tornar visível e tornar invisível) e seu controle da administração do olhar aceitável ou legítimo. (ABRIL, 2013, p. 163).⁴

Como apresenta Romani, “umas das formas mais eficientes de legitimar assimetrias é a sua naturalização” (ROMANI, 2015, p. 42), maneira eficaz de tornar essas assimetrias invisíveis. A autora lembra que “o movimento feminista investiu fortemente na desconstrução de estereótipos de feminino e masculino calcados em imagens atemporais, constituídos por qualidades opostas, bipolares e funcionais para justificar posições assimétricas nas leis e no acesso ao poder”. (ROMANI, 2015, p. 42).

Cultura e natureza, casa e rua, força e docilidade, os pares binários ainda resistem mesmo sendo reiteradamente colocados em questão pelos estudos feministas, LGBTQIA+ e queer. Essas imagens que se pretendem atemporais (ou seja, como se fosse possível se situarem fora da história e linguagens humanas) ainda se veem incrustadas nos mais variados textos verbo-visuais reforçando um modo binário de se pensar o feminino e o masculino. Para nos afastarmos desse leitura de viés biologizante, o conceito de gênero possibilita análises mais plurais e historicamente situadas. Romani (2015, p. 42) vai indicar que “gênero deve ser entendido em uma perspectiva relacional, em que masculinidade e feminilidade resultam de processos de aprendizagem diversos para homens e mulheres, não apenas em função de suas diferenças anatomofisiológicas, mas também por padrões sociais e culturais que definem fronteiras simbólicas entre masculino e feminino, entre ser homem e ser mulher”. (ROMANI, 2015, p. 42).

Entender que a naturalização das assimetrias de gênero constrói-se historicamente indica que os sentidos de uma imagem representando o feminino podem se encontrar em camadas mais profundas de significação, pois, conforme apontam Prado e Machado, o preconceito “atua ocultando razões que justificam determinadas formas de inferiorizações históricas, naturalizadas por seus mecanismos (PRADO; MACHADO, 2008, p. 67).

A naturalização das assimetrias de gênero (entendidas também como assimetrias de poder) acaba por construir uma visão estereotipada do feminino que se materializa nos diversos discursos que circulam socialmente. Fala-se, então, em um estereótipo de

⁴ Do original: “Buscaríamos em vano um orden político que no se haya sustentado y expresado a través de algún determinado *régimen de visión*, es decir, tanto de una determinada administración de la visibilidad y la invisibilidad cuanto de la aplicación de procedimientos específicos del *hacer visible* (y por ende, del *no hacer visible* y del *hacer invisible*) y de su control de la administración de la mirada aceptable o legítima.” (ABRIL, 2013, p. 163)

gênero, “que constitui o conjunto de crenças acerca dos atributos pessoais adequados a homens e mulheres, sejam essas crenças individuais ou partilhadas”. (TRAVASSOS, 2015, p.132). No caso das mulheres, esses atributos podem ganhar contornos abertamente negativos, a mulher como aquela que leva o homem à perdição por exemplo, ou aparentemente positivos, a avó carinhosa cujo único sentido na vida é agradar aos netos com quitutes e guloseimas.

Como um estereótipo, no sexismo tende-se a ver todas as características femininas inatas e portanto estáveis, embora sujeitas a avaliações diferentes. No sexismo hostil os traços e comportamentos femininos são percebidos de modo negativo, e no benevolente, aparentemente positivo, a mulher é tida como alguém que deve ser protegido (paternalismo), diferente do homem (diferenças de gênero) e, para a maioria, a parceiro sexual ideal (intimidade heterossexual). (TRAVASSOS, 2015, p.132) (*sic*).

Determinante na configuração das relações de gênero, a divisão sexual do trabalho também opera na lógica binária separando o masculino e o feminino, entre “aquele trabalho que é do homem” e “aquele que é da mulher”. “Na ordem patriarcal e burguesa de gênero, designam-se aos homens prioritariamente as esferas públicas e o trabalho produtivo, e às mulheres o trabalho reprodutivo e seus espaços doméstico-privados.” (ARRAZOLA, 2015, p.104). Essa separação promove ainda uma hierarquização entre um trabalho socialmente reconhecido, o do homem na esfera pública, e uma atividade vista, não como trabalho, mas como “cuidado”, “amor” ou “instinto maternal”, que se dá no espaço doméstico-privado, feita por mulheres. Um exemplo poderia como são representadas hoje as ocupações de chef e cozinheira. Enquanto a primeira ocupação, exercida principalmente por homens ao longo da história ocidental, é detentora de grande prestígio e reconhecimento social, a segunda, exercida principalmente por mulheres, não é vista como algo socialmente de valor. Na primeira, o espaço é o restaurante, na segunda, predominam os espaços privados. Na primeira, elogiam-se o profissionalismo e a formação acadêmica; na segunda, são apontados o amorismo, a dedicação e o “amor”. Na primeira, vem à mente o grande chef, exigente e metucioso. Na segunda, a mãe, a avó, a “empregada do lar” dedicadas e ternas. Essas representações sociais circulam por *realities shows*, telenovelas, séries televisivas, livros didáticos e pela literatura infanto-juvenil, reverberando as relações de poder presentes na divisão sexual do trabalho e também o racismo estrutural da sociedade

brasileira. Abril (2013) chama atenção ao pontuar que “podemos observar que a visualidade, como *logos optikós* e não mera atividade sensorial e perceptiva, deve ser explicada em relação a certas lógicas de constituição do espaço sócio-político e de normalização do corpo.” (ABRIL, 2013, p. 168).⁵

Nesse regime de visualidade, podemos encontrar, de um lado, Dona Benta e Tia Nastácia, personagens célebres da obra “Sítio do Pica-pau amarelo”, lançada na primeira metade do século XX, escrita pelo paulista Monteiro Lobato. Dona Benta e Tia Nastácia circulam ainda hoje por uma série de produtos, de revistas em quadrinhos a gêneros alimentícios, abastecendo um imaginário brasileiro sobre o papel da mulher e sua relação com a casa e, especificamente, com a cozinha.

Figura 1: Personagens Dona Benta e Tia Nastácia na versão veiculada pela Rede Globo entre os anos 70 e 80



Figura 2: Livro de Monteiro Lobato sobre Tia Nastácia



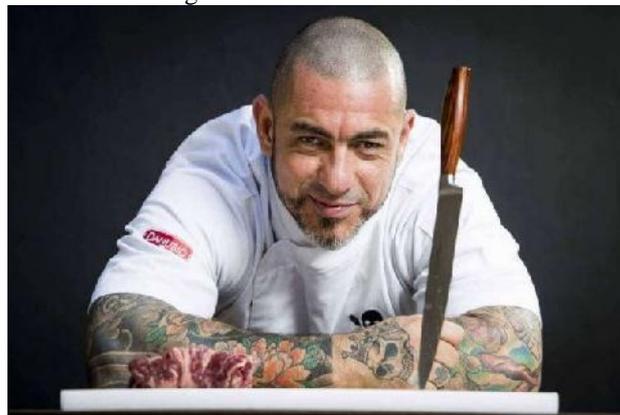
⁵ Do original: “podremos observar que la visualidad, en cuanto *logos optikós* y no mera actividad sensorial y perceptiva, ha de explicarse em relación a determinadas lógicas de constitución del espació sociopolítico y de normativización del cuerpo” (ABRIL, 2013, p. 168).

Figura 3: Livro de culinária “Dona Benta: comer bem”



Do outro lado desse *logos optikós*, veem-se os grandes chefs celebridades, geralmente homens com renome, que se tornam exemplo de profissionalismo e empreendedorismo em um mercado gastronômico que gera cifras milionárias. Homens de negócios, esses chefs são retratados, muitas vezes, como autoritários e agressivos (o que atestaria sua competência), conduzindo uma equipe ou participantes de *realities shows* televisivos em um estilo militar e hierarquizado, como o chef brasileiro Henrique Fogaça, integrante do *reality* MasterChef Brasil, veiculado pela Rede Bandeirantes.

Figura 4: O Chef Henrique Fogaça é também skatista e integra a banda de hardcore Oitão



A lógica binária que orienta as relações de gênero não afeta apenas homens e mulheres heterossexuais. Ela separa e hierarquiza diferentes identidades na sociedade,

funcionando por antagonismo: “assim, o homem é o oposto da mulher, enquanto o heterossexual opõe-se ao homossexual. Em uma sociedade androcêntrica como a nossa, os valores apreciados são os masculinos; neste caso, sua ‘traição’ só pode desencadear as mais severas condenações. Portanto, o cúmulo da falta de virilidade consiste em assemelhar-se à feminilidade”. (BORRILO, 2010, p. 88). Não causa espanto que o doce seja também associado a homossexuais masculinos, pois a lógica binária que organiza os papéis sociais tende a colocar tais homens, vistos como “traidores” de uma masculinidade, no pólo do feminino - com menos valor socialmente⁶. Essa homofobia, portanto,

é inconcebível sem que seja levada em consideração a ordem sexual a partir da qual são organizadas as relações sociais entre os sexos e as sexualidades. A origem da justificativa social dos papéis atribuídos ao homem e à mulher encontra-se na naturalização da diferença entre os dois sexos: a ordem (chamada ‘natural’) dos sexos determina uma ordem social em que o feminino deve ser complementar do masculino pelo viés de sua subordinação psicológica e cultural. (BORRILO, 2010, p. 30).

Os textos verbo-visuais que circulam na sociedade brasileira emergem a partir deste imaginário em que as assimetrias de gênero e racismo estruturam as relações e os modos de se pensar e representar. Assim, De acordo com Gonzalo Abri (2013), imagens devem ser pensadas constituindo uma rede, só assim podem ser compreendidas, e os imaginários devem ser vistos como matrizes de produção e reprodução dessas imagens. O autor aponta um frutífero caminho ao sugerir que, ao se estudarem as imagens, promova-se um deslocamento “de uma teoria das faculdades, e mais especificamente da teoria da imaginação, onde Kant ainda a confinava, à de uma teoria política dos imaginários, entendida como formações ou matrizes culturais” (ABRIL, 2013, p. 166).⁷

O doce no Brasil

⁶ Para essa discussão ver ELLIER, Florant. **Gula**: História de um pecado capital. São Paulo, Editora Senac, 2011.

⁷ Do original: “de una teoría de las facultades, y más específicamente de la teoría de la *imaginación*, donde Kant aún la confinaba, al de una teoría política de los *imaginarios*, entendidos como formaciones o matrices culturales” (ABRIL, 2013, p. 166).

Entendendo imaginários como matrizes culturais (ABRIL, 2013), partimos agora para discutir como no Brasil se constituiu uma associação entre feminilidade e doce. Para tanto, buscaremos a obra do sociólogo e historiador Gilberto Freyre, aqui comentada por Claude Lépine (2003), especificamente no que se refere ao doce. O autor defende que, para Freyre, “a culinária é uma linguagem onde uma sociedade exprime sua estrutura e revela suas contradições” (LÉPINE, 2003, p. 300). Em diversos momentos de sua obra, Freyre estuda a alimentação no Brasil, com especial atenção para o doce. Em 1939, ele lança o livro “Açúcar: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces do nordeste brasileiro”. Por investigar um tema sem prestígio no meio intelectual, Freyre chegou a receber críticas:

A problemática da alimentação encontra-se difusa em vários capítulos de *Casa-grande & Senzala* e *Sobrados e Mocambos*. Além desta preocupação onipresente, Gilberto Freyre dedicou estudos específicos à culinária do Nordeste canavieiro. Essa inovadora etnografia não foi compreendida, e Freyre foi até ridicularizado por ter se ocupado de um assunto indigno de um intelectual, no limite, coisa de mulher. (LÉPINE, 2003, p. 288).

A discussão de Freyre interessa em nosso artigo por dar a ver como se estruturam as assimetrias de gênero no Brasil em, pelo menos, dois níveis: seja no fenômeno social que o autor investiga (o doce e sua relação com as mulheres no Brasil), seja porque o próprio autor se vê questionado por estudar um tema que seria “de mulher”, portanto, com menor prestígio. “Gilberto Freyre deixa-nos perceber nas entrelinhas de *Casa Grande & Senzala* e *Sobrados e Mocambos* que, na sociedade patriarcal brasileira, alimentação e culinária foram vistas como assuntos vulgares, por serem próprios de uma categoria social inferior: as mulheres, principalmente as mulheres negras” (LÉPINE, 2003, p. 296). Portanto, as figuras de Dona Benta e, principalmente, de Tia Nástácia remetem a figuras que existiam bem antes de Monteiro Lobato terem criado as duas personagens do Sítio do Pica-pau Amarelo na primeira metade do século XX. Aqui, na produção e venda de doces, um personagem ganha destaque, a chamada “negra doceira” ou “negra de tabuleiro”, que vendia “o legítimo doce ou quitute de tabuleiro (...). Doce feito ou preparado por elas. Por elas próprias enfeitados com flor de papel azul ou encarnado (FREYRE, 2003, p;195). Mas a produção de doce envolvia outras mulheres em diferentes espaços sociais.

A doçaria de rua aí [na Bahia] desenvolveu-se como em nenhum em nenhuma outra cidade brasileira, estabelecendo-se verdadeira guerra civil entre o bolo de tabuleiro e o doce feito em casa. Aquele, o das negras forras, algumas tão boas doceiras que conseguiram juntar dinheiro vendendo bolo. É verdade que senhoras de casas-grandes e abadessas de convento entregaram-se às vezes ao mesmo comércio de doces e quitutes; as freiras aceitando encomendas, até para o estrangeiro, de doces secos, bolinhos de goma, sequilhos, confeitos e outras guloseimas”(FREYRE, 2007, p. 194).

A produção artística do pintor e desenhista francês Jean Bapstite Debret, que retratou a vida nas cidades brasileiras na primeira metade do século XIX, traz muitas representações sobre essas mulheres negras que vendiam seus doces e também outros produtos. Mulheres que povoaram a paisagem urbana e também o imaginário brasileiro, como a imagem da Tia Nastácia, e que reforçaram o vínculo entre doce e feminilidade no Brasil. Analisando a obra de Freyre, Lépine observa que

O doce adquiriu no Brasil um valor simbólico específico. Na mente brasileira ele está indissociavelmente unido à idéia de ternura, de amor: amor da mãe que alimente seu bebê, da ama preta que amamenta o filho do senhor e cuida dele como se fosse seu, da esposa que prepara doces para o marido, da avó que paparica os netos. É doce que se prepara para as festas; para demonstrar afeto, oferece-se doce à amiga, à visita. Doce é coisa para mulher, tem conotação feminina, embora os homens, de vez em quando, se deixem também seduzir.(LÉPINE, 2003, p. 297)

Embalagens de bolo

“Doce da vovó” , “Doces da Christy”, “Goiabada Zélia”, “Vó Dita”, “Frau Bondan”,... Nomes femininos são comuns em marcas de doce no Brasil. No imaginário brasileiro, doces e, mais especificamente, bolos remetem a mães e avós, ao lar, ao cuidado, a lembranças da infância.

Assim, a empresa mineira de doces Frau Bondan, fundada em 2002, em Belo Horizonte, escolheu uma logomarca que traz o desenho de uma senhora (inspirada nas avós da fundadora da marca) em um fundo lilás, cujas bordas são delicadamente arredondadas, lembrando uma forma para doce. Na página na internet da empresa, a fundadora apresenta sua história sobre uma das avós: “minha avó mineira tinha sempre a casa aberta. Mesa grande na cozinha, avental sujo de farinha e um armário abarrotado

de queijos, goiabadas e quitandas. O forno acesso aquecia filhos, netos e vizinhos. Toda vez que eu faço um bolo de banana, sinto um abraço apertado que só uma avó sabe dar”⁸. A história serve para legitimar a marca, dar-lhe uma suposta autenticidade e atestar que o que é vendido não são meros doces, mas “abraços apertados”. Ao contar essa lembrança, a marca dialoga com imagens de um imaginário brasileiro, como já apresentamos aqui.

Figura 5: Logomarca da Frau Bondan



Nas embalagens de mistura para bolo, especificamente, também encontramos “Regina”, “Renata”, “Vilma”, “Nita” e “Amália”. Uma das marcas escolheu um nome que não deixa dúvidas quanto a esse imaginário “Dona Benta”, uma empresa que “cuida e participa das receitas de carinho das famílias brasileiras”, como lemos em sua página na internet⁹. A embalagem da marca “Vilma” traz uma ilustração não muito distante daquela apresentada pela marca Frau Bondan, ambas próximas às imagens que circulam sobre a Dona Benta de Monteiro Lobato.

Figura 6: Embalagem da marca “Vilma”



⁸ Disponível em: <https://fraubondan.com/nossa-historia/>. Acesso em: 06 jul. 2020.

⁹ Disponível em: <http://www.donabenta.com.br/>. Acesso em: 6 jul. 2020.

Mais uma vez, a imagem de uma mulher idosa é resgatada agora para associá-la à mistura para bolo. Os cabelos brancos arrumados em um coque remetem à experiência – provavelmente essa mulher é uma avó, como nas figuras 1 e 3 aqui apresentadas, que trazem representações da Dona Benta de Monteiro Lobato. É interessante notar que os óculos trazem uma carga simbólica forte associada à sabedoria, à inteligência e também à experiência, presente tanto na embalagem da mistura de bolo quanto na logomarca da empresa Frau Bondam. A representação da Dona Benta também os traz.

Na embalagem da marca Vilma, a mulher ali retratada não se apresenta como uma cozinheira profissional. Pelo contrário, o calor que o bolo exala forma um coração, indicando que ali é o lugar do afeto. Essa elegante avó, que não tira seu colar de pérolas para cozinhar, olha-nos de lado, esboça um tímido sorriso e estende os braços nos oferecendo aquele bolo que ela acabou de fazer com carinho. Ela desempenha seu papel na divisão sexual do trabalho que discutimos acima e reforça estereótipos de gênero que habitam o *logos optikós* no país. A imagem da terna senhora emerge em uma rede de textos verbo-visuais que empacotam, que aprisionam as possibilidades de se vivenciar o feminino. É, portanto, uma imagem que esconde uma violência histórica.

Considerações finais

Como os estudos de feministas negras têm apontado com justa razão, não é possível fazer uma discussão sobre assimetrias de gênero e não se considerar o recorte racial aí presente. O apagamento da figura de Tia Nastácia reverbera um racismo estrutural que organiza toda a sociedade brasileira. É importante apontar que autores citados neste artigo não escapam a essa discussão: na obra de Monteiro Lobato, várias passagens já foram criticadas como abertamente racistas, principalmente em momentos nos quais a personagem da boneca Emília se refere à Tia Nastácia. Por sua vez, o sociólogo Gilberto Freyre, em sua obra, acabou por reforçar o mito da democracia racial no Brasil – mito que ainda atrapalha uma discussão aberta sobre o racismo na sociedade brasileira.

É, portanto, sintomático que a marca Vilma, ao retratar a avó na embalagem, escolha o desenho de uma mulher branca, dando-lhe assim um protagonismo (mesmo

que, dentro de uma divisão sexual do trabalho, ela esteja subalternizada em relação aos homens): invisibilizadas nas embalagens, mulheres negras que vendiam doces em tabuleiros no século XIX nas grandes cidades do Brasil ocupam um papel importante no imaginário nacional. Da mesma forma, o livro de culinária apresentado na figura 3 traz o nome “Dona Benta: comer bem” e não o de Tia Nástacia, embora a segunda seja retratada como uma excelente cozinheira: Apaga-se Tia Nastácia para se dar destaque à dona Benta. No regime de visão que articula as visibilidades e invisibilidades na sociedade brasileira, o racismo estrutural é o invisível que está à vista de todas e todos.

REFERÊNCIAS

ABRIL, Gonzalo. **Cultura visual, de la semiótica a la política**. Madrid: Plaza Valdés Editores, 2013.

ARRAZOLA, Laura Susana Duque. Divisão sexual do trabalho. . In: FLEURY-TEIXIERA, Elizabeth; MENEGHEL, Stela N. (orgs.). **Dicionário Feminino da Infâmia: acolhimento e diagnóstico de mulheres em situação de violência**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2015, p.102-104.

BORRILLO, Daniel. **Homofobia: história e crítica de um preconceito**. Belo Horizonte: Autêntica editora, 2010.

FREYRE, Gilberto. **Açúcar: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces no nordeste do Brasil**. São Paulo: Global Editores, 2007.

LÉPINE, Claude. Cozinha e dieta alimentar na obra de Gilberto Freyre. In: KOSMINSKY, Ethel. V.; LÉPINE, Claude; PEIXOTO, Fernanda Arêas. **Gilberto Freyre em quatro tempos**. São Paulo: FAPESP/UNESP/EDUSC, 2003, p.287-302.

PRADO, Marco Aurélio Máximo; MACHADO, Frederico Viana. **Preconceito contra homossexualidades: a hierarquia da invisibilidade**. São Paulo: Cortez, 2008.

ROMANI, Jacqueline Pitanguy de. Assimetria de gênero. In: FLEURY-TEIXIERA, Elizabeth; MENEGHEL, Stela N. (orgs.). **Dicionário Feminino da Infâmia: acolhimento e diagnóstico de mulheres em situação de violência**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2015, p. 42-43.

TRAVASSOS, Eliane. Estereótipos de gênero. In: FLEURY-TEIXIERA, Elizabeth; MENEGHEL, Stela N. (orgs.). **Dicionário Feminino da Infâmia: acolhimento e diagnóstico de mulheres em situação de violência**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2015, p. 132-134.

WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Editora Vozes, 2000, p. 7-72.