

Mulheres amantes e empreendimentos afetivos: um estudo socioantropológico das emoções e moralidades sobre o “Feminejo”

*Raoni Borges Barbosa**

*Jean Henrique Costa***

Resumo:

O presente artigo buscou problematizar as noções êmicas de Amor acionadas no campo empírico da indústria cultural autointitulada “Feminejo” e da emergente juventude agroubana brasileira consumidora desses discursos e práticas. Põe em relevo, nesse sentido, a lógica simbólico-interacional e moral-emocional em torno dos dramas cantados, encenados e vividos por artistas e pessoas comuns no formato de “traição”, “amor autêntico”, “ser a outra”, “ser a amante”, “paixão de balada”, etc. Distante, porém, de buscar esgotar a análise sobre esse movimento ético-estético para o consumo juvenil massificado, o presente argumento, ainda em formato ensaístico próprio do momento inicial de pesquisa acadêmica, mergulha na categoria de “mulheres amantes” do empreendedorismo afetivo exemplificado no que tem sido intitulado como “Feminejo” (gênero musical cantado por cantoras como Marília Mendonça, Naiara Azevedo, Maiara e Maraisa, Simone e Simaria, etc.). Para tanto, norteia-se no acúmulo teórico da Sociologia e Antropologia das Emoções e Moralidades sobre a Etnopsicologia Ocidental em suas noções densas de *Self*, Amor, Reciprocidade, Sentimentos e Emoções.

Palavras-chave: Amor. Objeto socioantropológico. Antropologia das Emoções e Moralidades. Feminejo.

* Pesquisador Bolsista DCR-CNPq/FAPEPI (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí). Doutor em Antropologia pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. <http://orcid.org/0000-0002-2437-3149>. E-mail: raoniborgesb@gmail.com.

** Professor da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. Cientista Social. Doutor em Ciências Sociais. Pós-Doutorado (UACJ, México). <https://orcid.org/0000-0002-8091-2418>. E-mail: prof.jeanhenriquecosta@gmail.com.

Women lovers and affective enterprises: a socio-anthropological study of emotions and moralities about “Feminejo”

Abstract:

This article sought to problematize the emic notions of Love triggered in the empirical field of the self-titled “Feminejo” cultural industry and the emerging Brazilian agro-urban youth who consume these discourses and practices. In this sense, it highlights the symbolic-interactional and moral-emotional logic around the dramas sung, staged and lived by artists and common people in the form of “betrayal”, “authentic love”, “being the other”, “being the mistress”, “ballad passion”, etc. Far, however, from seeking to exhaust the analysis of this ethical-aesthetic movement for mass youth consumption, the present argument, still in an essay format typical of the initial moment of academic research, delves into the category of “women lovers” of affective entrepreneurship exemplified in the which has been titled as “Feminejo” (a musical genre sung by singers such as Marília Mendonça, Naiara Azevedo, Maiara and Maraisa, Simone and Simaria, etc.). Therefore, it is guided by the theoretical accumulation of Sociology and Anthropology of Emotions and Moralities on Western Ethnopsychology in its dense notions of Self, Love, Reciprocity, Feelings and Emotions.

Keywords: Love. Socioanthropological object. Anthropology of Emotions and Moralities. Feminism.

Mujeres amantes y emprendimientos afectivos: un estudio socio-antropológico de las emociones y moralidades sobre el “Feminejo”

Resumen:

Este artículo buscó problematizar las nociones émicas del Amor desencadenadas en el campo empírico de la industria cultural autodenominada “Feminejo” y la emergente juventud agrourbana brasileña que consume esos discursos y prácticas. En este sentido, destaca la lógica simbólica-interaccional y moral-emocional en torno a los dramas cantados, escenificados y vividos por artistas y gente común bajo la forma de “traición”, “amor auténtico”, “ser el otro”, “ser el amante”, “balada de pasión”, etc. Lejos, sin embargo, de pretender agotar el análisis de este movimiento ético-estético de consumo masivo juvenil, el presente argumento, aún en un formato ensayístico propio del momento inicial de la investigación académica, ahonda en la categoría de “mujeres amantes” del emprendimiento afectivo ejemplificado en el que ha sido titulado como “Feminejo” (género musical cantado por cantantes como Marília Mendonça, Naiara Azevedo, Maiara y Maraisa, Simone y Simaria, etc.). Por tanto, se guía por el cúmulo teórico de la Sociología y la Antropología de las Emociones y las Moralidades sobre la Etnopsicología Occidental en sus densas nociones de *Self*, Amor, Reciprocidad, Sentimientos y Emociones.

Palabras clave: Amor. Objeto socio-antropológico. Antropología de las Emociones y las Moralidades. Feminismo.

Introdução

O presente artigo buscou problematizar as noções êmicas de amor acionadas no campo empírico da indústria cultural autointitulada “Feminejo”¹ e da emergente juventude agrourbana brasileira consumidora destes discursos e práticas. Trata-se de um levantamento bibliográfico (Minayo, 2022) ainda inicial de categorias discursivas que revelam as representações imediatas da gramática moral de empoderamento da mulher, da amante, da artista popular, da dona de casa, da adolescente em aprendizado amoroso, da jovem desencantada com os tropeços e rasteiras do relacionamento amoroso no inseguro e perigoso contexto das relacionalidades individualistas e das reciprocidades mercantilizadas. Essas personagens, entre outras tantas configurações tópicas (Eco, 2004) da subjetividade e da agência das narrativas agrourbanas de exemplaridade feminina do movimento artístico-musical aqui enquadrado como Feminejo, compõem o curioso cenário moral-emocional e comunicacional da indústria cultural de “sofrência”², que marca a luta por reconhecimento (Honneth, 2009) cantada nas letras de Marília Mendonça, Maíra e Maraisa, Simone e Simaria, Naiara Azevedo e todo um elenco ainda por citar de mulheres destacadas na marca da indústria cultural do Feminejo.

¹ Para o entendimento mais completo do fenômeno do Feminejo na última década (de 2011 a 2020), cabe recuperar o que foi o fenômeno do Sertanejo Universitário no despontar do século XX (de 2001 a 2010) da indústria fonográfica, de festas, eventos e modas no Brasil. O Sertanejo Universitário em certa medida deslocou o cenário artístico-musical brasileiro para o contexto de pujança econômica do agronegócio, de modo que se afirma agressivamente como parte da propaganda político-econômica e sociocultural do “Agro é Pop!”, inclusive encabeçando pautas conservadoras e reacionárias de exploração, de alienação e de subalternização sobre o feminino, os gêneros dissidentes e as relações étnico-raciais e trabalhistas. Essa discussão, contudo, extrapolaria as margens do artigo em tela.

² A noção de “sofrência” foi popularizada na última década pelo movimento artístico-musical e ético-estético como um modo singular de cantar e de compor canções, mas também de performance de palco e de comunicação direta entre artista e público, em sua maioria a emergente massa consumidora adolescente e juvenil agrourbana de lazer, festas e modas.

O levantamento bibliográfico inicial aqui utilizado - apesar de suas iminentes fragilidades metodológicas - objetiva pôr em relevo, nesse sentido, a lógica simbólico-interacional e moral-emocional em torno dos dramas cantados, encenados por artistas e vividos por pessoas comuns no formato declamado e mesmo escrachado de “traição”, “amor autêntico”, “ser a outra”, “ser a amante”, “paixão de bar”, etc. Trata-se, portanto, de construir e lapidar um objeto de pesquisa que, em última instância, pretende a problematização socioantropológica do “Amor na Etnopsicologia Ocidental” (Lutz, 1986), em seus circuitos cotidianos ordinários, - mas também na efervescência ritual (Durkheim, 1996) liminar e extraordinária (Turner, 2013) -, de representação e prática de reciprocidade (Mauss, 2003). Esse artesanato intelectual (Wright Mills, 1969) de contínua construção e sofisticação das questões relevantes e objetos de pesquisa que permitem a experiência concreta do campo de pesquisa como elaboração teórica assume a tônica coletiva e crítica de produção do conhecimento científico.

Distante, porém, de buscar esgotar a análise sobre esse movimento ético-estético para o consumo juvenil massificado, o presente argumento, ainda em formato ensaístico próprio do momento inicial de pesquisa acadêmica, mergulha na categoria de “mulheres amantes”, tão problemática quanto ambígua, do empreendedorismo afetivo exemplificado no *Feminejo*. Para tanto, norteia-se no acúmulo teórico da Antropologia das Emoções e Moralidades sobre a Etnopsicologia Ocidental em suas noções densas de Amor, Reciprocidade, Sentimentos e Emoções. O presente artigo, portanto, tem impulso nas possibilidades teórico-empíricas da Antropologia e Sociologia do Amor como um campo disciplinar a ser consolidado, aí envolvendo recortes em Economia e Política, Arte e Cultura, Estudos Feministas, de Gênero, Corpo e Sexualidade, entre outros. Desse modo, objetivou expandir uma percepção crítico-reflexiva sobre a Etnopsicologia Ocidental para além dos já tão discutidos tópicos marxiano-weberiano-durkheimiano-parsoniano de capitalismo e contra-

partida ideológica de alienação (Marx, 2013), de racionalidade instrumental moderna e desencanto com o mundo burocratizado protestante “sem espírito” e “sem coração” (Weber, 1974), de anomia individual e esvaziamento subjetivo na funcionalidade social da modernidade (Durkheim, 1970, 1995, 1996), e, por fim, de perspectivização estrutural-funcionalista reificada de papéis, instituições e sistemas sociais complexos (Parsons, 1970).

O Amor, nesse sentido, passa a ser discutido desde as noções fundamentais para o pensamento euroamericano de pessoa, de sagrado, de social, de cultura, de natureza, entre outras; abarcando, destarte, as tramas individualistas e narcísicas das sociedades complexas e politextuais ocidentais da atualidade, ainda que sem renunciar à herança clássica greco-romana em que se pensava a sociabilidade em termos de Eros, Ágape, Philia e tampouco sem declinar do legado cristão medieval com seus imperativos de caridade, de misericórdia, de piedade, de fraternidade, de perdão, de graça e de paixão. Logo, o Amor como ponto moral-emocional nodal para a organização do público e do privado, da racionalidade coletiva e da trajetória moral e emocional do *self* contemporâneo.

Desse modo, objetivamos, com esta pesquisa em andamento, desestabilizar o olhar sobre o modelo tradicional de carreira moral individual no urbano contemporâneo brasileiro, cujo modelo perfectível de massificação (com destaque para a indústria cultural da segunda metade do século XX) foi o da masculinidade pequeno burguesa, mas que cada vez mais é bombardeado pelas novas sensibilidades encabeçadas pelas “mulheres amantes”.

Naquela gramática moral, denunciada pelas artistas do Feminismo como “sofrência”, o amor aparece como competência sociocultural (expressa na linguagem medieval da cavalaria: a valentia); como pré-disposição biopsíquica e como obrigação espiritual para o encontro afetivo-sexual responsável e responsivo na forma segregada da família (herança cristã ressignificada pelo

mundo mercantilista burguês); para o encontro confidencial com o outro relacional próximo como extensão de si mesmo no molde amigável que expande os círculos primários para além da consanguinidade e da aliança (invenção iluminista, liberal e romântica); e, por fim, para o encontro recíproco com o outro relacional distante que funda os espaços de civilidade, de etiqueta e de obrigação pública (imperativo do processo civilizador ocidental dos últimos séculos).

O presente artigo foi organizado em três momentos argumentativos. O primeiro deles buscou situar o objeto analítico Amor no interior das discussões em Antropologia e Sociologia das Emoções e Moralidades. Pensamos aí a individualidade moderna no mundo simbólico-interacional urbano, de intensa desorganização normativa e de integração narcísica pelo dinheiro, e cuja ideologia de amor e felicidade conquistados ou dadivados oculta a realidade de vínculos de constrangimento, estigma, exploração e alienação. O segundo tópico deste artigo problematiza o Amor como metarrelato da reciprocidade moderna, matizada na Etnopsicologia Ocidental como amizade, como valentia para a aventura afetiva e como democratização do Interessante em um mundo imagético e autofágico, liberto de fronteiras impositivas do Bem, do Bom e do Certo. O terceiro e último tópico traz a questão das “mulheres amantes” na ética-estética do Feminismo, em que as noções tradicionais e masculinistas de Amor são parcialmente desestabilizadas e ressignificadas.

1. Antropologia e Sociologia das Emoções e Moralidades: breves digressões

A Antropologia das Emoções e Moralidades, em uma perspectiva simbólico-interacionista, propõe uma análise da relação entre indivíduo, sociedade e cultura enquanto jogo de tensões e negociações (Koury, 2009). Nos processos intersubjetivos emerge - de forma criativa e transintencional, mas não inconsciente - a

cultura emotiva que caracteriza uma sociabilidade dada. Essa perspectiva teórico-metodológica compreende os indivíduos como atores e agentes sociais reflexivos e dotados de agência, ou seja, como *selves*. No entender de Blumer (2017, p. 15), a noção de *self* implica na capacidade de autorreflexão e autoconsciência dos sujeitos humanos.

Isso implica, por um lado, que o social se apresenta como campo de possibilidades e de negociações de projetos individuais e coletivos (Velho, 1987; Koury, Barbosa, 2015), sempre indeterminado e aberto às modificações oriundas de novas práticas sociais; e, por outro lado, que a dimensão da cultura pode ser compreendida como teias de sentidos e repertórios simbólicos sempre instáveis e polissêmicos. Nas palavras de Röttger-Rössler (2008, p. 203-204):

[na] discrepância entre vivência emocional e expressão emocional, resulta a exigida tensão sobre a qual a força criativa de modelação (*agency*) do homem desperta, isto é, sua aptidão para modificar o mundo no qual vive e os códigos que o demarcam.

As unidades actanciais do jogo social não são corpos-adestrados que se reconhecem e se experimentam enquanto diferença, mas subjetividades em interação. Interação essa vivida como constante negociação e como exercício de trocas materiais e simbólicas. Nas constantes negociações e trocas, as emoções vão compondo gramáticas de sentido e linguagens comuns utilizadas no jogo social. Apontam para as intenções do ator e agente (Jagar, 1997) e seus pensamentos encorpados (Rosaldo, 1984) em jogo comunicacional, e para os vocabulários de motivos (Wright Mills, 2016) socialmente construídos e aprendidos em situações concretas no âmbito de uma ordem social. Dessa forma, as emoções constituem fatos sociais totais (Mauss, 2003), pois abarcam não só as dimensões biopsíquicas da vida dos sujeitos sociais individuais, mas, e principalmente, os aspectos socioculturais

da existência coletiva, conformando culturas morais-emotivas complexas de linguagens próprias³.

A proposta da Antropologia das Emoções e Moralidades, nesse sentido, é problematizar a construção de universos simbólicos na relação indivíduo, cultura e sociedade. A conformação do *self* individual se realiza na sua inserção em uma cultura emotiva dada, na qual constrói relações e por meio delas desenvolve um sentido identitário e de pertença a um espaço interacional e societal. As emoções são, enquanto fato social total (Mauss, 2003), resultado das relações entre indivíduos e grupos, abrangendo códigos morais e de conduta, gramáticas de sentidos e estranhamentos tecidos no jogo cotidiano das relações. As emoções são, por conseguinte, os sentimentos dirigidos ao outro e construídos e comunicados no jogo interacional.

As emoções se objetificam conforme os processos intersubjetivos se cristalizam em códigos de moralidades, memórias, hierarquias e fronteiras sociais, em projetos individuais e coletivos. As emoções específicas no interior de uma cultura emotiva, portanto, orientam a ação social, o discurso e as representações que fundamentam o trânsito de agências e o intercâmbio material e simbólico. As emoções podem, dessa forma, ser entendidas como fenômeno social total (Mauss, 2003) que abarca as subjetividades, a cultura objetiva por elas construída e o processo intersubjetivo de construção de sociabilidades, moralidades, reciprocidades, temporalidades, territorialidades e ritualidades.

³ Uma cultura moral-emotiva se caracteriza como lugar de pertença e de realização de projetos, mas também lugar de medos e de envergonhamento. O conceito de cultura emotiva, destarte, abarca as cadeias de interdependência (Elias, 1994) e as teias de significado (Geertz, 1978) construídas nos processos intersubjetivos cotidianos. A pertença, como emoção basilar de uma cultura emotiva, é o lócus social da manifestação da normalidade normativa e do exercício de semelhança e dessemelhança nos processos de formação de individualidades, de registros únicos de experiência e significação mediante trocas materiais e simbólicas entre indivíduos sociais localmente situados. Indivíduos esses munidos de mapas cognitivos e emocionais que permitem leituras e visões de mundo em um lugar de fala próprio, mas sempre cultural e socialmente satisfeitos.

As emoções, nessa perspectiva ampla, constituem um idioma, uma linguagem e uma gramática das relações sociais e moralidades. Da perspectiva do ator e agente social, as emoções são as teias de sentimentos dirigidas aos relacionais; enquanto, da perspectiva da interação simbólica, as emoções se apresentam como as relações e as teias de sentidos entre os atores e agentes sociais. A Antropologia das Emoções e das Moralidades, que embasa teórica e metodologicamente esta pesquisa em processo, questiona, então, sobre como os atores e agentes sociais constroem as culturas emotivas em que vivem, com modelos de ação (*ethos*) e de realidade (visão de mundo) próprios exercitados cotidianamente. Trata-se de uma abordagem compreensiva fortemente influenciada pela tradição romântica alemã e seus desdobramentos simmelianos, weberianos, boasianos e goffmanianos. Em sentido weberiano (Weber, 1974), uma abordagem compreensiva implica na observação da ação social para o entendimento de seus sentidos, seus meios e fins no contexto relacional em que se insere. No entender de Weber, a cultura se manifesta como o conjunto de sentidos produzidos e articulados por uma sociedade dada, sendo essa, em última análise, uma comunidade de sentidos.

No *ethos* da comunidade, concebida como a totalidade dinâmica dos vínculos entre seus membros, o indivíduo, dotado de reflexividade e capacidade criadora, desenvolve e executa suas ações em direção ao outro relacional. Os possíveis sentidos e classificações morais da ação se dão, *a posteriori*, no âmbito da racionalidade nativa, em processos tensos de negociação e disputas morais e de poder. O elemento formador da cultura, o sentido, é comunicado na ação social, mas jamais de forma unívoca e final, haja vista que processos de construção de sentido não ocorrem como as trocas materiais e energéticas, mas em processos de negociação e construção coletiva sobre as possíveis formas de apreender e significar o real.

Goffman, por sua vez (Giddens, 2013, p. 291), é enfático ao descrever o espaço interacional como um mundo altamente mora-

lizado de vínculos sociais que constrange física, moral e emocionalmente o ator e agente social a se apresentar como uma multiplicidade de “Eus”, situados em sistemas variáveis de posições, hierarquias, fronteiras, papéis e poder sociais próprios. Cada um desses sistemas, dotado de códigos singulares que regulam o tráfego humano ordinário e a economia de apresentação da linha e da fachada de cada ator e agente social (Goffman, 2010), informa, com todas as ambiguidades e ambivalências próprias do social enquanto figuração contingente de sentidos (o gradiente vergonha-orgulho e amor-ódio, entre outros), o estado atual das disputas morais que expressam publicamente a qualidade de atos e atuações apropriados e inapropriados para cada categoria de ator e agente social que ali se desloca. Nessa linha argumentativa, a emoção vergonha se destaca como eixo ou giroscópio moral de uma cultura emotiva, regulando os vetores positivos de admiração, apaixonamento, enamoramento e amor, assim como os vetores negativos de repulsa e nojo, decepção e frustração, ressentimento e ódio.

Nesse sentido, as interações entre os indivíduos relacionais em jogo comunicacional podem enviesar-se em uma espécie de armadilha moral-emocional que borra ou turva o gradiente “vergonha-orgulho” e “amor-ódio” da cultura emotiva em que se deslocam. Tal armadilha está caracterizada por emoções destrutivas não reconhecidas, inconscientes, vinculadas a um sentimento de vergonha original, e que se organiza em espirais de autoperpetuação emocional, de modo que podem vir a emocionalmente assumir uma configuração contagiosa de fofoca, rumor, vingança, desfiguração moral, jocosidade tóxica e violência que se move em uma espiral crescente, principalmente quando se trata de rupturas entre outrora amigos, apaixonados e amantes, isto é, quando a positividade da reciprocidade é direcionada para o polo negativo da destruição dos vínculos, alianças, contratos, pactos, acordos e compromissos sociais.

2. Amor: a reciprocidade complexa na Etnopsicologia Ocidental

As reciprocidades complexas características da Etnopsicologia Ocidental - tais como a amizade, a paixão e o amor - são abordadas a partir de perspectivas maussianas sobre o processo de construção da dádiva e de modelos simmelianos – eliasianos – goffmanianos de análise da subjetividade, do *habitus* e da interação-simbólica em contextos modernos, tal como veremos ao longo deste tópico.

O Amor, nessa proposta, consiste em um código simbólico, moral-emocional e cognitivo-comportamental de sacralização do Eu, de valorização do afeto e do cuidado como imperativos socioculturais de organização do íntimo, do próximo e do distante⁴. Como código binário sistêmico de comunicação complexa (Luhmann, 2010), o Amor municia discursos institucionais amplos que permeiam a Economia, a Política, o Direito e as Relações Internacionais. Como código de consumo hedonista de imagens de devaneio (horizonte possível) e de fantasia (real subvertido) em um regime pós-puritano de cultura emotiva expresso em sentimentalismo e consumismo (negação da ética protestante de redenção pelo trabalho e afirmação do imaginário hedonista de satisfação pelo consumo real e projetivo de bens), o Amor moderno está associado aos movimentos burgueses (protestantismo, romantismo, liberalismo, nacionalismo) de afirmação do “Eu” sobre o Social e a Cultura.

⁴ A Etnopsicologia Ocidental, grosso modo, define a individualidade como mônada, espírito e cultura subjetiva, situando o Amor como possibilidade de expansão das cadeias socioculturais de interdependência, isto é, como vínculo de confiança e intimidade gratuita, de coragem para a aventura sexualmente sublimada. Aí se destaca não somente a ditadura do Interessante (Sontag, 2004), que libera a subjetividade de toda rigidez moral do Certo e Bom *a priori*, mas a linguagem agressiva da cavalaria herdada dos modelos do romance medievo: a Valentia como linguagem moral-emocional do Amor.

2.1 O Amor como etiqueta e utopia de felicidade do *habitus* moderno

No entender de Elias (Scheff, 1990, 2013), as sociedades complexas modernas se organizam enquanto figurações sociais de indivíduos em redes de interdependência, tendo a emoção vergonha como o momento social e psíquico central de regulação cotidiana da economia dos afetos e, por conseguinte, da motivação interna e da recompensa externa que orientam a ação social legítima. A conformação do *habitus*, na modernidade, resultou, nesse sentido, de um processo de longa duração de expansão do limiar da repulsa e da vergonha, assim como de uma intensificação na capacidade reflexiva do indivíduo social, cada vez mais fragmentado no interior de redes impessoalizadas e destradicionalizadas de direitos e obrigações, com o consequente “desaparecimento do mundo comum”⁵ (Arendt, 2010), o “declínio do homem público”⁶ (Sennett, 2014) e a “obsolescência da noção de honra” (Berger, 2015).

A complexificação e a racionalização do social segundo uma lógica instrumental burocrática e mercantil (Weber, 1947) são pensadas por Elias a partir da leitura freudiana do social como modulador psíquico dos indivíduos em direção a espirais de mais autorregulação e de mais autocontrole, de modo que o processo civilizador implica na proliferação de medos sociogênicos e de constrangimentos e vergonha no espaço societal de heterarquias politextuais e hipercomplexas para o indivíduo social. O processo civiliza-

⁵ Por “desaparecimento do mundo comum”, Arendt (2010) entende o processo exponencial de crescimento e complexificação das redes relacionais humanas no mundo moderno, em que a capacidade de representações totalizantes do social desaparece do horizonte individual cada vez mais pautado em experiências culturais fragmentadas pela diferenciação funcional crescente do social.

⁶ Por “declínio do homem público”, Sennett (2014), a partir de leituras de Arendt, entende o processo galopante, na modernidade, de colonização dos espaços públicos pelo jogo mercadológico capitalista, em que as individualidades públicas são progressivamente dissolvidas na lógica racional, impessoal e monetária das trocas materiais.

dor, assim, tem consequências dolorosas para o indivíduo. Dentre essas, desponta a emergência de um superego ou de uma segunda natureza internalizada que constrange, envergonha e amedronta o indivíduo social no sentido da padronização de suas condutas, comportamentos, desejos, memórias e projetos.

O processo civilizatório eliasiano se organiza mediante procedimentos de distinção em relação aos *outsiders*, por parte dos estabelecidos de uma sociabilidade qualquer, e de imitação desses, por parte dos *outsiders*, o que gera uma espiral cada vez mais exigente de etiquetas de distinção para os estabelecidos e a consequente necessidade de imitação pelos estratos inferiores da sociedade. Essa dinâmica de constrangimento crescente dos impulsos individuais e coletivos produz contextos interacionais pautados na “vergonha da vergonha”⁷ de ser classificado como incapaz de expressar corretamente os códigos comportamentais tidos como civilizados, ou morar em locais vistos como socialmente degradados.

A vergonha da vergonha implica na internalização cada vez mais abrangente no *self* individual do olhar negativo do outro: a vergonha, com efeito, torna-se a emoção principal, ainda que subterrânea, para a compreensão da “Etnopsicologia Moderna” (Lutz, 1986; Scheff, 1990, 2011, 2013). O processo civilizador ocidental, nesse sentido, aprofunda paulatinamente a ideologia moderna de civilização e de universalidade da razão, de progresso social e de refinamento humano, de ordenamento racional do mundo social (Weber, 1947) e de realização individual pelo auto-cultivo, pelo amor e pela felicidade, implicando na integração emocional e moral de grupos sociais cada vez mais amplos mediante investimentos em mudança comportamental.

⁷A “vergonha da vergonha” é entendida por Scheff (1990, 2013), em sua interpretação eliasiana da gênese e da dinâmica da modernidade, como o elemento fundamental - e paradoxalmente o mais negado e inconsciente - da constituição moral e emocional do *self* em uma sociedade atomizada e de ideologia individualista.

O modelo eliasiano de conformação do *habitus* ocidental moderno, em síntese, situa o amor como código simbólico, emoção densa e etiqueta moral complexa da cultura hedonista e consumista das sociedades complexas pautadas em amplas cadeias de codependência, longo processo de socialização e de distanciamento da experiência imediata com o outro relacional. Como pontua Sontag (2004), o desenvolvimento da sociabilidade euroamericana deslocou cada vez mais o reino da experiência concreta individual para a dimensão da informação mediatizada e do consumo vicário e voyeurista de imagens, em que a massificação da utopia da felicidade individual e da narrativa narcísica de si passa a ser mais produzida e consumida obsessivamente no rádio, no cinema, na TV e na internet (Rossi, 2013).

2.2 O Amor-Amizade como código expressivo-comportamental

As tensões, as negociações, os desentendimentos, as violências simbólicas e físicas, assim como os segredos, medos, traições e manipulações, com seus possíveis estranhamentos e rupturas, - ao lado dos dividendos sociais que o vínculo implica na forma de segurança e reconhecimento -, caracterizam a experiência do amor-amizade. Mais que uma emoção complexa, o amor, ou a amizade sexualizada, é definido como um código expressivo-comportamental e moral de sociedades individualistas. O amor - com todo o desconforto, riscos e custos que lhe são inerentes -, ao ser vivido como aventura e risco, faz parte dos códigos individualistas de moralidade da modernidade em sua fase atual e reflexiva, em que espaços de consumo se ampliaram e as ideologias do trabalho e do progresso foram deixadas em segundo plano.

As emoções - e o amor em particular - são resultados de negociações tensas e indeterminadas, em que despontam o caráter transintencional e situado da ação e a natureza contingente e assimétrica da comunicação de conteúdos sociais pelos indiví-

duos em interação. Esses aspectos problemáticos da interação são definidos por Goffman (2012) como vulnerabilidades interacionais. O amor, nesse sentido, caracteriza um vínculo social de fortes exigências morais, já que está fundado na liberdade individual, na lealdade, na confiança e na partilha de segredos e de intimidades. Esse “Nós relacional”⁸ constitutivo do vínculo social, assim, conforma individualidades em tensão, em um jogo de mostrar-se e esconder-se do outro que define formas e limites da ação, ou seja, uma normalidade normativa que se expressa em comportamentos esperados. Desse modo, o amigo e amante é sentido como fonte e garantia de confiança e apoio. Sucede, porém, que toda confiança exige lealdade e fidelidade (Simmel, 2003), e provas delas de modo permanente. O processo de amizade, enamoramento-apaixonamento e amor traz em si, também, o problema da traição, o que torna o vínculo de reciprocidade complexa, simmelianamente falando, em uma fonte possível de tensão, vulnerabilidade e de medos de uma possível revelação dos segredos mais íntimos construídos durante o processo que origina a trajetória, ou história natural, de uma amizade-amor.

O amor e a amizade, então, se orientam por uma moral e por códigos de ética rígidos que as legitimam perante as partes envolvidas, consolidando a situação de amantes-amigos, e res-

⁸ O “Nós relacional” é entendido como um “Microcosmo Organizacional”, e como “Enquadre Vulnerabilizado” (Goffman, 2012), como um “Sistema de Confiança e de Expectativas” (Giddens, 2013) e, ainda, como uma espécie de “Comunidade de Sofrimento” (Turner, 2013). As expectativas morais criadas na conformação do vínculo social de reciprocidade complexa do amor são alcançadas por estratégias de controle de si e do outro, bem como por práticas punitivas de envergonhamento e amedrontamento do outro. Essas práticas podem resultar em uma situação de engolfamento (Scheff, 1990), isto é, na tentativa de supressão da individualidade do outro, fazendo-a subsumir-se às regras do enquadre vulnerabilizado interacional. A relação amorosa desenvolvida no aprofundamento da amizade pode ser vista como um jogo de demonstra-esconde, pelo qual se constrói a confiança: operador em que se assenta e se desenvolve a história natural de uma amizade que caminha para o amor, e se encontra presente em toda e qualquer situação processual. O amor, então, é uma relação confessional.

guardando o seu segredo intimamente desenvolvido na história natural de cada reciprocidade total. Mas, ao mesmo tempo, a cristalização dos laços arrasta esses mesmos consortes e aventureiros afetivos a um redemoinho de tensões e de obrigações recíprocas e de testes e provas de confiança e de lealdade e fidelidade permanentes ao outro relacional. O segredo do amor e da amizade, por conseguinte, - como linha e fronteira moral que inclui os de dentro e exclui os de fora - marca a relação com uma identidade própria, a partir do que projetos, memórias e sentimentos comuns podem ser processualmente construídos. O que gera, por seu turno, movimentos expressivo-comportamentais de alto custo emocional e dor social para os “Eus” em jogo interacional no formato de amor-amizade, tais como: os embaraços da copresença cotidiana; o medo da traição e a angústia de sabê-la sempre possível; a vergonha de não corresponder às exigências da relação ou de ter seus segredos expostos; a mágoa e o ressentimento por sentir-se usado ou não correspondido na medida idealizada; o ciúme em relação a possíveis concorrentes à posição social de amigo; a humildade para perdoar e esquecer as ofensas morais recebidas; o exercício renovado de desculpas de si e de justificações do outro para lidar com as banalidades cotidianas de desentendimentos e exigências mesquinhas; e a prática da obediência fingida, dos enfrentamentos para a demarcação de formas territoriais egocentradas e de defesa e preservação da face do outro.

2.3 O Amor como código societal individualista no urbano moderno

O amor (a amizade sexualizada e com fins de fundação do contrato econômico-parental familiar) torna-se problemática com a emergência do “Eu psicológico” (Velho, 1981) e do “individualismo” como ideologias próprias das sociedades capitalistas ocidentais. Simmel (1967, 1988, 1988a, 2005), nesse sentido, entende a emergência da individualidade moderna a partir da economia monetária e da divisão social do trabalho, que promo-

veram uma libertação do indivíduo de constrangimentos éticos e pessoais ao dinamizarem as interações sociais em um ambiente urbano e ao excluírem a personalidade das transações monetárias. Esses dois fenômenos fundam a “cultura objetiva moderna”, pautada em uma multiplicidade de vínculos e relações que se apresentam como pré-condição objetiva para o aparecimento do indivíduo psicológico. Essa situação de aproximação e estranhamento em relação aos outros, vivida na multiplicidade de vínculos emocionalmente fracos e de lealdades pontuais que caracterizam o espaço público da modernidade como contratual e racional, permite o desenvolvimento de uma consciência da independência individual face ao outro: o individualismo, assim, se consolida como ideologia da modernidade.

Esse amplo movimento de “privatização das emoções” (Koury, 2015) faz das emoções um tabu: assunto privado e privativo que só diz respeito ao indivíduo em prazer ou em dor. Simmel, ao tratar da emergência da individualidade moderna, questiona sobre a formação da subjetividade nessa ordem social cada vez mais urbana, mercantil e socialmente plural e fragmentada. Simmel argumenta enfaticamente que a economia monetária constitui o pano de fundo de todas as experiências da modernidade, em que o dinheiro se consolida como meio generalizado de comunicação e integração social, operando praticamente a totalidade das trocas materiais e simbólicas do jogo social. Nesse sentido, o dinheiro possibilitaria a despersonalização das relações sociais e o afrouxamento da solidariedade tradicional. O dinheiro, como equivalente geral de todas as moedas sociais, reduz a qualidade à quantidade e transforma-se, gradualmente, de meio a um absoluto, ou seja, o elemento regulador da vida prática, concedendo unidade a todas as contradições e multiplicidades do mundo e desencadeando o estresse na vida moderna em razão da busca desenfreada por mais dinheiro. Simmel argumenta, com efeito, que o indivíduo moderno se confronta com o mundo objetivo, produto do impulso genético humano, como objetivações autô-

nomas que o constroem e o regulam como realidades alienadas de seus propósitos⁹.

Os “Eus individuais”, definidos por Simmel como “culturas subjetivas” ou “conteúdos sociais”, são os portadores dos desejos e impulsos que se expressam socialmente nos encontros sociais, gerando, assim, na interação negociada (diádica, triádica ou na multidão), as formas sociais ou culturais objetivas. Simmel pontua, desse modo, a diferença e a distância, mas também a codependência e a coevolução da dimensão psíquica e social humanas: o indivíduo, ao constituir-se como pessoa, como indivíduo moral, constrói e aprende um vocabulário emocional e expressivo-comportamental que o molda enquanto corpo, mente e desejo aptos para a interação. O amor e a amizade, nesse sentido, no exercício cotidiano das experiências entre amantes e amigos, formam sensibilidades próprias para os projetos, as memórias e as linguagens da interação, cujo princípio fundamental de ordem, segundo Goffman, assíduo leitor de Simmel, é a preservação da fachada. A sobrevivência do indivíduo moderno, pontua Simmel, implica na capacidade do mesmo em exercitar estratégias de distanciamento social e simbólico em situações de intensa proximidade física, próprias da metrópole¹⁰.

⁹ Essa é a “Tragédia da Cultura” (Simmel, 1988a), em que as coisas, a cultura objetiva, domina o indivíduo, a cultura subjetiva. Esse mesmo raciocínio é aplicado por Simmel para tratar reciprocidades complexas como a amizade e outras formas de amor como experiências problemáticas, desde uma perspectiva cotidiana e existencial.

¹⁰ A metrópole, com efeito, é definida como a mais paradoxal das comunidades humanas já inventadas, pois combina intensa proximidade física em situações e contextos de intensa distância e diferenciação social. Em tal cenário, Simmel aponta para como o indivíduo deve aprender a “ser diferente” e a administrar, em linguagem goffmaniana, sua face/fachada, autoestima e conhecimento de si nos breves e escassos encontros com o outro relacional, no mais das vezes um desconhecido que exercita um papel social e culturalmente esperado no jogo interacional.

2.4 O Amor como ritual dramatúrgico de autorregulação recíproca de fachadas e linhas expressivo-comportamentais de ação e de apresentação pública

Goffman leva adiante o projeto simmeliano de entendimento do social como sociabilidade negociada, em que há uma disputa sempre tensa pela definição ou enquadre situacional por parte dos “Eus” em interação para conformar o “Nós” moral da amizade, da paixão ou do amor. Nesse sentido, Goffman faz uma análise dos princípios rituais da interação, em que a fachada constitui o fundamento da ordem interacional e os indivíduos sociais interagem como atores e agentes sociais reflexivos no âmbito de uma situação. A interação ritual se organiza basicamente como um encontro social em que no mínimo dois atores e agentes sociais se apresentam situacionalmente como linha e fachada para o outro relacional.

Goffman enfatiza a ligação emocional que o “Eu” desenvolve em relação à fachada, de modo que a fachada, como constructo derivado das regras do jogo e das definições da situação, atravessa a subjetividade e se localiza difusamente no fluxo de eventos no encontro (no espaço simbólico entre os “Eus”). A fachada individual diz respeito à ordem interacional do encontro e à sociedade mais ampla, muito embora haja limitações nessa interdependência impostas por práticas como segredo, evitação, isolamento, liberdade, segregação de papéis e de plateias da interação. A relação linha - fachada aponta para a noção goffmaniana de social como sistema de expectativas de expectativas, em que a confiança em si e no outro relacional, derivada da confiança nas regras do jogo, é o operador básico de uma sintaxe interacional perpassada por vulnerabilidades, riscos e patologias próprias da interação. Os “Eus” em interação respondem aos riscos dos encontros sociais com estratégias como aprumo, salvar a fachada, dar a fachada. Ao manter a ordem moral em fluxo, os atores e agentes sociais se mostram orgulhosos, honrados e dignos em relação à fachada, que sentem como propriedade do “Eu”, muito embora seja um empréstimo e uma forma de coerção e controle do social.

Nesse sentido, Goffman (2010, 2012) aponta para o caráter dúbio da vergonha e do constrangimento social: a “pessoa de vergonha” e a “pessoa sem vergonha” aparecem como expressões que indicam a vergonha não somente como limitação à ação legítima, mas também como aptidão do ator e agente social para o jogo interacional. Goffman discorre, ainda, sobre um vocabulário próprio de situações de constrangimento, em que o “Eu” está presente, mas não em “jogo”, em razão da quebra de expectativas morais em relação aos “Eus” em jogo. As vulnerabilidades interacionais apontam para uma necessidade constante de administração de situações de constrangimento, em que transgressões de fronteiras e hierarquias sociais e do sistema de posições status / papel / prestígio / performance podem ocasionar na perda da fachada dos atores sociais envolvidos em uma ordem moral, expressiva e emocional dadas.

Para Goffman, as regras do autorrespeito e da consideração pelo outro são elementos da mesma ordem e refletem o compromisso de não destruir a ordem interacional: a manutenção da fachada é condição da interação, ainda que as regras e a etiqueta do jogo não signifiquem o jogo real, com suas possibilidades de desfiguração, de humilhação e de manipulação do outro. O repertório social e cultural das formas de preservar a fachada revela as regras do tráfego da interação social, pois compreende os meios (normas) e fins (valores) legítimos da ação, em que o “Eu”, como imagem para si e para o outro e como jogador num jogo ritual, se apresenta como elemento sagrado do jogo social. A preservação da fachada¹¹ implica em perceptividade (tato, diplomacia, habilidade social):

¹¹ Goffman aponta para as estratégias de aprumo, de cegueira diplomática, de segregação de papéis, plateias e informações, e de outras formas de evitação como práticas cotidianas, mesmo inconscientes, de se lidar com o constrangimento cotidiano, de modo a preservar a fachada e a ordem interacional. O amor e a amizade, o ser amante e amigo, portanto, implicam em uma habilidade social e em uma perceptividade aprendidas na experiência de evitar o vexame e o constrangimento social extremo, mantendo a interação abaixo do ponto crítico de tolerância ao desconforto que pode desencadear situações de ira/raiva-violência e de humilhação-depressão.

a capacidade reflexiva do ator social em antecipar ações e em se “outrar” (assumir hipoteticamente a perspectiva analítica e axiológica do outro).

Goffman (2012) entende que o agente social constitui e se expressa como um objeto ritualmente delicado, que pode ser arrastado pelas vulnerabilidades interacionais. Argumenta, assim, que a interação ocorre e é bem-sucedida, apesar de suas vulnerabilidades inerentes, em razão da sua conformação como ordem ritual, em que linhas de ação se acomodam com a linha e a fachada de cada “Eu” em jogo interacional. Essa ordem ritual - no caso particular da amizade sexualizada do amor como vínculo social, que se expressa a partir de um código expressivo-comportamental e moral de sociedades individualistas - abarca o desconforto, os riscos e os custos de uma interação íntima, mas também o prazer, a segurança e a confiança próprias do ser amante e amigo.

Nesse exercício tenso e indeterminado de sociação ocorre a construção social negociada do “Eu” e da realidade ou do mundo social. O princípio da preservação da fachada se apresenta como fundamental na ordem ritual, que é essa forma autorreguladora, autorreferente e recíproca que emerge como precipitado da experiência interacional, sempre contingente e perigosa. O social, em sentido lato, e o amor enquanto amizade sexualizada, tomado como exemplo de um microcosmo organizacional, só são possíveis, para Goffman (2012), na interação de atores e agentes sociais autorreguladores em encontros sociais. Portanto, é essa autorregulação ritual que implica no desenvolvimento de fachadas e linhas expressivo-comportamentais individuais e coletivas, permitindo a preservação tensa do jogo interacional com todos os seus medos, constrangimentos, riscos e vulnerabilidades.

3. “Mulheres Amantes”: expectativas e frustrações no empreendedorismo afetivo exemplarizado no *Feminejo*

Este último momento argumentativo do presente artigo discorre sobre os eixos centrais da pesquisa em andamento sobre o *Feminejo* enquanto empreendedorismo afetivo da indústria cultural brasileira especializada no consumo artístico-musical juvenil de massas. Após breve levantamento histórico acerca do movimento *Feminejo*, buscamos compreender as contradições, sofrimentos e estigmas contidos na figura da “mulher amante” (a mulher que ama sem ser amada), personagem típico (Eco, 2004) central nas representações, narrativas e práticas de amor, enamoramento e paixão do *Feminejo* enquanto exemplaridade de um *habitus* adolescente-juvenil predominantemente feminino.

Trata-se, com isso, de reunir criticamente os elementos comportamentais e projetivos e dessa etiqueta de empoderamento de mulheres e do feminino, ainda que explicitamente conservador e mesmo reacionário em algumas de suas facetas ético-políticas. Destacamos, nesse contexto complexo e às vezes paradoxal, a personagem central Marília Mendonça¹² como clímax do movimento *Feminejo*, haja vista sua potência representativa entre a geração agrourbana¹³ brasileira, o que a promoveu a “Rainha da Sofrência” e fenômeno exponencial de vendas e sucessos.

De acordo com reportagem publicada em 05.12.2021 da Revista TV e Lazer (<http://extra.globo.com/tv-e-lazer>), intitulada “10 anos de *Feminejo*: relembre a história do movimento que colocou as mulheres em destaque e veja uma linha do tempo”, o movimento artístico-musical desponta com a canção “Coitado”,

¹² Recém-falecida após um acidente aéreo (cinco de novembro de 2021).

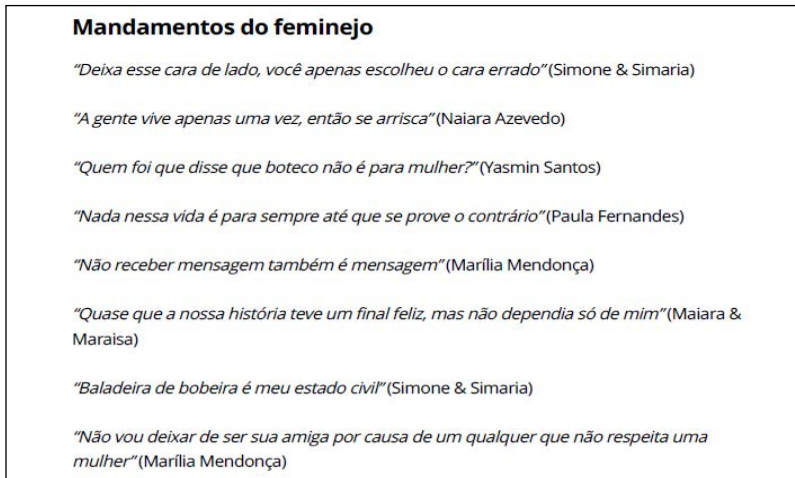
¹³ Interessante observar que muitos desses artistas são típicos representantes da ideologia do agronegócio no país, atuando tanto na promoção direta de festas e exposições quanto em certas estruturas produtivas. O agro, nesse contexto, vende-se na ideia de ser pop, moderno, etc. Assim, “‘Agro é pop’ é um slogan assentado na fórmula lapidar de que o agronegócio é a ‘indústria-riqueza do Brasil’” (Fernandes; Padilha, 2020, p. 19).

de Naiara Azevedo. A cantora ainda estreante no mundo da música Sertaneja tinha à época – era o ano de 2011 – somente 22 anos; e com a canção supracitada respondia ao bordão machista do funk “Sou foda”. Tratava-se, assim, de uma fala feminina direta que empoderava moral e emocionalmente a mulher como protagonista de sua própria vida e como empreendedora afetiva nos tenso processos de negociação do Amor no atual contexto urbano brasileiro cada vez mais destradicionalizado, concorrido profissionalmente e endemicamente violento, principalmente para as mulheres adolescentes e jovens.

No ano de 2012 foi a vez da dupla Simone e Simaria - até então subalternizadas e invisibilizadas como *backing vocals* de artista masculino tradicionalista - chamar atenção do grande público com a canção “Ele bate nela”. A tônica antimachista e antimasculinista das artistas e da mensagem vocalizada acertava precisamente o cenário de vergonha nacional brasileira do feminicídio e da violência doméstica contra a mulher.

Em 2015, as gêmeas Maiara e Maraisa performatizam o Fêmejejo como festa, curtição, sofrência e bebedeira adolescente-juvenil protagonizadas pelo público feminino. A representatividade entre as classes populares e médias agrourbanas foi sentida imediatamente, abrindo espaço para a trajetória relâmpago de Marília Mendonça com o hit bombástico “Infiel”: um desabafo sofrido, mas cheio de dignidade e autoestima por parte da mulher traída, mas que não se culpa pelo não amor recebido do outro masculino. Yasmin Santos, já em 2018, com o sucesso “Saude nível hard”, consolida o perfil jovem feminino desbocado, jocoso e carinhosamente agressivo da cantora de Fêmejejo. Os anos de 2019 e 2020 são os de consolidação da figura pública de Marília Mendonça, então cantora popular badalada e personagem assídua nas rádios, TVs, blogs e jornais brasileiros; ainda mais quando do emblemático álbum “As patroas”, resultado de empreendimento publicitário ousado de Marília Mendonça juntamente com a dupla Maiara e Maraisa.

A segunda década do século XX foi, nesse sentido, marcada pela indústria cultural do *Feminejo*, possibilitada pelo aprofundamento da música popular como uma “economia da experiência” (Pine; Gilmore, 1998) e como um “mercado aberto” (Favareto; Abramovay; Magalhães, 2007) desenvolvido sem se fundamentar rigidamente em regras formais do direito de propriedade e por um sistema de distribuição flexível, performático, descentralizado e virtualizado. Além disso, o imaginário do público ouvinte, fortemente pautado em noções como juventude, consumo e liberdade, além da tríade “festa-amor-sexo” (Trotta, 2009), talvez prevaleça nas estratégias de construção de sentido e nos fluxos de interpretações e de formação do gosto musical (Trotta, 2009, Costa, 2014), dinamizando certas estruturas de mercado. Isso potencializou o mercado do *Feminejo* e popularizou ao limite do escracho a figura da “mulher amante” em diversas situações: de êxtase por sentir-se amada; de ciúmes do parceiro; de tristeza e ressentimento por estar na condição de “outra” do homem casado que jamais cumpre a promessa de fazer dela a “mulher oficial”; de coragem e autoestima por ter-se libertado de relacionamento tóxico com homem controlador e pegajoso; de aventura e entrega reflexiva para o início de um novo relacionamento amoroso com um parceiro “melhor”; de sentir-se bem consigo mesma e não depender de relacionamento com homem para a construção de uma fachada pública feliz e bem-sucedida; de curtição na balada; de não culpabilização de si pela traição praticada pelo homem; de afirmação da sororidade e do lugar da mulher como protagonista da própria carreira moral e como empreendedora afetiva sempre disposta a novos começos. A Figura 1, logo abaixo, escandaliza justamente essa nova etiqueta da “mulher amante” empoderada:

Figura 1: Bordões de ícones do Fêmejejo

Fonte: GLAMOUR, publicado em 18.10.2019 no site <http://glamour.globo.com>.

Os grandes hits de Marília Mendonça, dos quais destacamos "Infiel", "Alô Porteiro", "Amante não tem lar", "Todo mundo vai sofrer", problematizam em linguagem juvenil e ritmo dançante sensual a reciprocidade complexa que é a emoção densa Amor na Etnopsicologia Ocidental: uma etiqueta e utopia de felicidade do *habitus* moderno que precisa ser habilmente apropriado pelas mulheres; um código expressivo-comportamental via de regra manipulado pelos homens contra as mulheres; um código societal individualista no urbano moderno que premia e provoca a solidão satisfeita do indivíduo em busca de comunhão e partilha do indivíduo na aventura do encontro com o outro que completará "sua metade"; um ritual dramático de autorregulação recíproca de fachadas e linhas expressivo-comportamentais de ação e de apresentação pública, de modo que cabe à "mulher amante" aprender as artes da discrição da "sofôria", do comedimento quando casal, da autoestima e do autocuidado quando em situações de traição, etc.

As letras das canções "Alô Porteiro" e "Infiel" (Marília Mendonça, 2016), nesse sentido, são paradigmáticas do protagonismo femi-

nino e de empreendedorismo afetivo correlato nas atuais relações heteronormativas, destacando a exemplaridade do Amor como dignidade, autoestima e autorrespeito (Macêdo et al., 2017). Percebemos nas mensagens dessas canções que o Amor se organiza cada vez mais como uma busca e aventura do si-mesmo, na qual o outro, principalmente o outro masculino, é quase sempre um elemento de suspeita e de decepção a ser superado.

ALÔ PORTEIRO [trechos]: Pegue suas coisas que estão aqui / Nesse apartamento você não entra mais / Olha o que me fez, você foi me trair / Agora arrependido quer voltar atrás / Já deu / Cansei das suas mentiras mal contadas / Cresci, não acredito mais em conto de fada / Não adianta vir com baixaria / Morreu / A mulher carinhosa e fiel que te amava / Pega o elevador, a sua mala e vaza / Tô avisando lá na portaria / Que aqui você não entra mais / Alô porteiro, tô ligando pra te avisar / A partir de agora eu tô solteira / Já me cansei da brincadeira / Chame o táxi que ele vai pagar / Alô porteiro, tô ligando pra te avisar / Esse homem que está aí / Ele não pode mais subir / Tá proibido de entrar / Já deu / Cansei das suas mentiras mal contadas / Cresci, não acredito mais em conto de fada [...].

INFIEL [trechos]: Isso não é uma disputa / Eu não quero te provocar / Descobri faz um ano / E tô te procurando pra dizer / Hoje a farsa vai acabar / Hoje não tem hora de ir embora / Hoje ele vai ficar / No momento deve estar feliz / E achando que ganhou / Não perdi nada, acabei de me livrar / Com certeza ele vai atrás, mas com outra intenção / Tá sem casa, sem rumo e você é a única opção / E agora, será que aguenta a barra sozinha? / Se sabia de tudo, se vira, a culpa não é minha / O seu prêmio que não vale nada, estou te entregando / Pus as malas lá fora e ele ainda saiu chorando / Essa competição por amor só serviu pra me machucar / Tá na sua mão, você agora vai cuidar / De um traidor, me faça esse favor / Iê, infiel / Eu quero ver você morar num motel / Estou te expulsando do meu coração / Assuma as consequências dessa traição / Iê, iê, iê, infiel / Agora ela vai fazer o meu papel / Daqui um tempo, você vai se acostumar / E aí vai ser a ela a quem vai enganar [...].

Grosso modo, quiçá possamos inferir, a partir do já teorizado em Antropologia e Sociologia das Emoções e Moralidades ao longo deste artigo, que a “mulher amante” tem se descoberto como ator e agente social ativo e empreendedor nos processos intersubjetivos perigosos e arriscados da metrópole. Nesse sentido, o seu lugar é autopercebido no espaço público dos contratos, e não nos outrora espaços subalternizados da família patriarcal e do relacionamento amoroso tradicional. O *Feminejo*, nesse sentido, aponta para uma disposição para o empoderamento moral-emocional da mulher em relação ao parceiro heteronormativo em uma economia de afetos, de etiquetas e de representações do Amor como reconhecimento, autorrespeito e afirmação de si mesmo, em uma luta sociopolítica que faz das dimensões pública e privada uma única arena de conquista de direitos e visibilidades.

Considerações finais

O presente artigo buscou problematizar as noções êmicas de Amor acionadas no campo empírico da indústria cultural autointitulada *Feminejo* e da emergente juventude agrourbana brasileira consumidora desses discursos e práticas. Nesse sentido, o Amor aparece como aventura prenhe de riscos e perigos, mas que deve ser ousada pela “mulher amante”, por maiores que sejam os sofrimentos e estigmas aí implicados. O artigo problematizou, ainda que de forma ligeira, a lógica simbólico-interacional e moral-emocional em torno dos dramas cantados, encenados e vividos por artistas e pessoas comuns no formato de “traição”, “amor autêntico”, “ser a outra”, “ser a amante”, “paixão de balada”, etc. Destacou, para tanto, alguns dos perfis icônicos do movimento artístico-musical do *Feminejo*, principalmente aqueles que contam a história natural dessa ética-estética popular e de consumo juvenil de massas, tais como, por exemplo, Marília Mendonça, a Rainha da Sofrência.

Distante, porém, de buscar esgotar a análise, o presente artigo, ainda em formato ensaístico próprio do momento inicial de pes-

quisa acadêmica, buscou mergulhar na categoria de “mulheres amantes” do empreendedorismo afetivo exemplificado no Femeinejo. Para tanto, norteou-se no acúmulo teórico da Antropologia e Sociologia das Emoções e Moralidades sobre a Etnopsicologia Ocidental em suas noções densas de *Self*, Amor – Enamoramento – Paixão, Reciprocidade, Sentimentos e Emoções, *Habitus*, Exemplaridade, entre outras, problematizadas no contexto das sociedades complexas e politextuais contemporâneas. O projeto de pesquisa que ora rende este artigo tem, assim, muito a contribuir com a reflexão teórica sobre o Amor como reciprocidade complexa no âmbito da Etnopsicologia Ocidental desde o recorte empírico do Femeinejo.

Referências

Arendt, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

BARBOSA, Raoni Borges. **Medos Corriqueiros e Vergonha Cotidiana: Um Estudo em Antropologia das Emoções**. Cadernos do GREM N° 8. Editora Baço: Recife; Edições do GREM: João Pessoa, 2015.

Barbosa, Raoni Borges; Koury, Mauro Guilherme Pinheiro. Sentidos emocionais e morais da amizade: uma abordagem a partir da antropologia das emoções. **Educere et Educare: Revista de Educação**, v.13, n. Especial jul/dez, 2017.

Berger, Peter. Sobre a obsolescência do conceito de honra, [seguido de] Duas notas de rodapé sobre a obsolescência da honra. **RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v. 14, n. 41, 2015, p. 7-20.

Blumer, Herbert. A Sociedade como interação simbólica. **Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v. 16, n. 46, 2017, p. 14-22.

Costa, Jean Henrique. Puxe o fole sanfoneiro! Para pensar a produção e o consumo do forró eletrônico no Rio Grande do Norte. **Cronos: R. Pós-Grad. Ci. Soc.** UFRN, Natal, v. 15, n.1, jan./jun. 2014, p. 87-117.

Durkheim, Émile. Representações individuais e representações coletivas. In: Durkheim, Émile. **Sociologia e Filosofia**, 1970, p. 15-49.

Durkheim, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martins fontes, 1995.

- Durkheim, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- Eco, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2004.
- Elias, Norbert. **O Processo Civilizador, v. 2**. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.
- Elias, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.
- Elias, Norbert. **O Processo Civilizador, v. 1**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- Favareto, Arilson; Abramovay, Ricardo; Magalhães, Reginaldo. **As estruturas sociais de um mercado aberto: o caso da música brega do Pará**. In: XXXI Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 31, 2007, Caxambu, Anais... 22 a 26. out. 2007.
- Geertz, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.
- GIDDENS, Anthony. Goffman: um teórico social sistemático. In: Maria Claudio Coelho (Org. e tradução). **Estudos sobre interação: textos escolhidos**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2013, p. 285-327.
- Fernandes, P. A. M.; Padilha, V. Por que o agro quer ser pop? A realidade por trás da construção ideológica do agronegócio como “indústria-riqueza” do Brasil. Turismo: Estudos & Práticas (UERN), Mossoró/RN, **Caderno Suplementar 05**, 2020 (Supplementary Notebook, ISSN 2316-1493). Disponível em: <https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/801/763>. Acesso em 02. mar. 2022.
- Goffman, Erving. **Comportamento em lugares públicos**. Petrópolis: Vozes, 2010.
- Goffman, Erving. **Ritual de interação: Ensaio sobre o comportamento face a face**. Petrópolis: Vozes, 2012.
- Honneth, Axel. **Luta por reconhecimento. A gramática moral dos conflitos sociais**. São Paulo: Editora 34, 2009.
- Jaggar, Alison M. Amor e conhecimento: a emoção na epistemologia feminista. In: Alison M. Jaggar e Susan R. Bordo (Orgs.). **Gênero, Corpo e Conhecimento**. Rio de Janeiro: Editora Rosa dos Tempos, 1997, p. 157-185.
- Koury, Mauro Guilherme Pinheiro. **Emoções, Sociedade e Cultura: A categoria de análise Emoções como objeto de investigação na sociologia**. Curitiba: Ed. CRV, 2009.
- Koury, Mauro Guilherme Pinheiro. Ressentimento e regras morais de conduta em um bairro popular da cidade de João Pessoa, Paraíba, Brasil. **Divers@!** (Mantinhos), v.8, 2015, p. 117-131.

Koury, Mauro Guilherme Pinheiro; Barbosa, Raoni Borges. Da Subjetividade às Emoções: A Antropologia e a Sociologia das Emoções no Brasil. **Série Cadernos do GREM**, N° 7. Recife: Edições Bagaço; João Pessoa: Edições GREM, 2015.

Luhmann, Niklas. **Introdução à teoria dos sistemas**. Rio de Janeiro: Vozes, 2010.

Lutz, Catherine. Emotion, Thought, and Estrangement: Emotion as a Cultural Category. **Cultural Anthropology**, v.1, n. 3, 1986, p. 287-309.

Macêdo, Heloísa Freitas Leite de; Lacerda, Joyce Rafaelle dos Santos; Soares, Thiago. Representações Femininas no FEMINEJO de Marília Mendonça. **Anais do INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**. XIX Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste, Fortaleza-CE, 2017.

Marx, Karl. **O capital: crítica da economia política: livro I: o processo de produção do capital**. Tradução Rubens Enderle. E-books da Boitempo Editorial, 2013.

Mauss, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

Minayo, Maria Cecília de Souza. Ciência, Técnica e Arte: O desafio da Pesquisa Social. In: Minayo (Org.), **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 21ª Edição. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

Pine, B. Joseph; Gilmore, James H. **Welcome to the experience economy**. Harvard Business Review, July August, 1998.

Parsons, Talcott. O conceito de sistema social. In: Fernando Henrique Cardoso e Octávio Ianni (Orgs.). **Homem e Sociedade: Leituras básicas de sociologia geral**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1970.

Rosaldo, Michelle Z. Toward an anthropology of self and feeling. In: Richard A. Shweder e Robert A. LeVine (Orgs.). **Culture Theory: Essays on mind, self and emotion**. Cambridge: Cambridge University Press, 1984, p. 137-157.

Rossi, Túlio Cunha. **Projetando a subjetividade: a construção social do amor a partir do cinema**. 2013. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

Röttger-Rössler, Birgitt. Emoção e Cultura: Algumas questões básicas. **RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v. 7, n. 20, 2008, p. 177-220.

Scheff, Thomas J. **Microsociology: discourse, emotion and social structure**. Chicago: University of Chicago Press, 1990.

Scheff, Thomas J. A vergonha como a emoção principal da análise sociológica. Alguns exemplos nas músicas populares. **RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v. 10, n. 28, 2011, p. 74-86.

- Scheff, Thomas J. Desvendando o processo civilizador: vergonha e integração na obra de Elias. **RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v. 12, n. 35, 2013, p. 637-655.
- Sennett, Richard. **O declínio do homem público: As tiranias da intimidade**. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Record, 2014.
- Simmel, Georg. A vida mental e a metrópole. In: Velho, O. G. (org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967, p. 13-28.
- Simmel, G. [1896] O dinheiro na cultura moderna. In: Souza, J., Oélze, B. (Orgs.). **Simmel e a modernidade**. Brasília: Editora UnB, 1988, p. 41-77.
- Simmel, G. [1900] A divisão do trabalho como causa da diferenciação da cultura subjetiva e objetiva. In: Souza, J., Oélze, B. (Orgs.). **Simmel e a modernidade**. Brasília: Editora UnB, 1988a, p. 23-40.
- Simmel, Georg. Fidelidade: Uma tentativa de análise sócio-psicológica. **RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v. 2, n. 6, 2003, p. 513-519.
- Simmel, Georg. As grandes cidades e a vida do espírito. **Mana**, v.11, n.2, 2005, p. 577-591.
- Sontag, Susan. **Sobre Fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.
- Trotta, Felipe. Forró eletrônico no Nordeste: um estudo de caso. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 20, jan./jun. 2009, p. 102-116.
- Turner, Victor. [1969]. **O Processo ritual: Estrutura e antiestrutura**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2013.
- Velho, Gilberto. Projeto, emoção e orientação em sociedades complexas. In: Gilberto Velho, **Individualismo e cultura**. Rio de Janeiro, Zahar, 1981.
- Velho, Gilberto. Projeto, emoção e orientação em sociedades complexas. In: Gilberto Velho. **Individualismo e Cultura**, 2ª. Edição, Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1987, p. 13-37.
- Weber, Max. **Theory of the Social and Economic Organization**. Glencoe: The Free Press, 1947.
- Weber, Max. **Sobre a teoria das Ciências Sociais**. Lisboa: Presença, 1974.
- Wright Mills, Charles. **A Imaginação Sociológica**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1969.
- Wright Mills, Charles. Ações situadas e vocabulários de motivos. **RBSE – Revista Brasileira de Sociologia da Emoção**, v. 15, n. 44, 2016, p. 10-20.

Recebido em 14/01/2022

Aceito em 10/05/2022