



**Como a cultura pop levou
uma geração de mulheres
a voltarem-se contra
si próprias**

Sophie Gilbert



*Dedicado a todas as raparigas,
em especial à Lily*

*(E ao Henry e ao John, que tornam
tudo muito mais divertido.)*

ÍNDICE

<i>Introdução</i>	11
CAPÍTULO 1	
<i>Girl Power, Raiva dos Rapazes</i>	
<i>Música e feminismo na década de 1990</i>	25
CAPÍTULO 2	
<i>Show Girl</i>	
<i>Sobre-exposição no novo milénio</i>	51
CAPÍTULO 3	
<i>Miúdas no Grande Ecrã</i>	
<i>Comédias sexuais, do multiplex à manosfera</i>	77
CAPÍTULO 4	
<i>Guerra de Miúdas</i>	
<i>Regressão e representação nos primeiros anos dos reality shows</i>	108
CAPÍTULO 5	
<i>Miúda Bonita</i>	
<i>A mina de ouro das expectativas impossíveis</i>	139
CAPÍTULO 6	
<i>Final Girl</i>	
<i>Sexo extremo, arte e violência nos Estados Unidos</i>	
<i>após o 11 de Setembro</i>	173

CAPÍTULO 7

Miúdas na Boca do Mundo

O rebaixamento da mulher e da fama nos meios de comunicação social do século XXI 202

CAPÍTULO 8

Girl on Girls

A realizadora-auteur confessional e os seus detratores 231

CAPÍTULO 9

Girl Boss

A reformulação da ambição feminina 260

CAPÍTULO 10

Miúdas no Topo

Reescrever um caminho rumo ao poder 288

Agradecimentos 315

Notas 317

INTRODUÇÃO

Re-visão — o ato de olhar para trás, de ver com novos olhos, de entrar num texto antigo com uma nova perspectiva crítica — é, para nós, mais do que um capítulo na história cultural: é um ato de sobrevivência. Enquanto não compreendermos os pressupostos em que estamos inseridas, não nos poderemos conhecer a nós próprias.

ADRIENNE RICH (1972)

A mulher não nasce: constrói-se.

ANDREA DWORKIN (1981)

Em 1999, o ano em completei dezasseis primaveras, houve três acontecimentos culturais que pareciam definir o que significava ser uma jovem — uma rapariga — às portas do novo milénio. Em abril, Britney Spears surgiu na capa da *Rolling Stone* deitada numa cama cor-de-rosa, envergando cuecas da mesma cor e um *soutien push-up* preto, a segurar um boneco Teletubby com uma mão e o auscultador de um telefone na outra. Em maio, uma imagem com cerca de dezoito metros de altura da apresentadora de programas infantis Gail Porter,

completamente nua, foi projetada sobre o edifício do Parlamento britânico, em Londres — onde, na altura, menos de um em cada cinco deputados eram mulheres —, numa ação publicitária que visava promover uma revista masculina e que acabaria por se tornar viral. E, em setembro, a DreamWorks Pictures estreou *Beleza Americana*, um filme em que um homem de meia-idade tem fantasias sexuais recorrentes com a melhor amiga da sua filha adolescente; o filme viria a ganhar cinco Óscares da Academia, incluindo o de Melhor Filme.

Hoje, estes três textos parecem-me impregnados de uma certa ironia pós-moderna e marota. (Lençóis de cetim fúcsia? Um *boneco Teletubby* como símbolo de transgressão?) No perfil sobre Britney Spears, o entrevistador oscila entre a luxúria — comenta, por exemplo, que o logótipo da *t-shirt* da Baby Phat está «esticado pelo seu peito generoso» — e um olhar frio, segundo o qual a sexualização dos ídolos adolescentes da Geração Y não passa de uma armadilha «cuidadosamente montada» para vender discos a totós. A projeção da imagem de Gail Porter, realizada sem o seu conhecimento ou consentimento por uma agência de *marketing* chamada Cuning Stunts, fez-se passar, na altura, por uma grande e hilariante partida — ao mesmo tempo que parecia declarar que o lugar das mulheres era em sessões fotográficas *softcore*, e não no governo. Em *Beleza Americana*, a fixação de Lester por uma menor é apresentada como uma típica crise de meia-idade, ao mesmo tempo que o filme transforma a personagem de Angela numa peça central altamente erotizada, rodeada de flores.

Aos dezasseis anos, no entanto, eu não percebia nada disto. O que me *parecia* óbvio era que o poder, no caso das mulheres, tinha uma natureza sexual. Não existia outro tipo — ou, pelo menos, nenhum que valesse a pena ter. Mais importante ainda:

o tipo de poder fetichizado pela cultura popular na viragem do século XXI não era daqueles que se conquistam ao longo da vida, por meio da educação, do dinheiro ou da experiência profissional. Era um poder que assentava inteiramente na juventude, na atenção que se conseguia atrair e na disponibilidade para alinhar na piada — mesmo quando éramos, no fundo, o alvo do escárnio.

Comecei a pensar em escrever este livro no início da década de 2020, numa altura em que o tempo já não parecia linear, o progresso deixara de ser uma certeza e todas as tendências inquietantes com que crescera enquanto adolescente da Geração Y pareciam ter regressado em força. A derrota de Hillary Clinton nas eleições presidenciais de 2016, a que se seguiu a vaga de testemunhos de abuso e assédio sexual que daria origem ao movimento #MeToo um ano mais tarde expuseram de forma inequívoca certas verdades. A misoginia recreativa da década de 2000 estava de volta, agora com novas tecnologias e uma figura de culto, Andrew Tate, que chegara a participar no *reality show Big Brother* enquanto estava a ser investigado por violação. A obsessão dos tabloides por esposas e namoradas fora reinventada para o TikTok, onde mulheres com ar de boneca falavam em monólogos inexpressivos sobre viver o sonho financeiramente dependente de uma «vida tranquila e feminina». O movimento em prol da positividade corporal, que tanto se esforçara por reclamar espaço para corpos normais nos meios de comunicação social e no comércio, estava a perder rapidamente popularidade devido ao advento dos medicamentos para perda de peso e de uma nova geração de mulheres de cintura esculpida e costelas salientes.

Tudo o que era velho parecia novo outra vez, mas, ao mesmo tempo, tudo estava mais sombrio e mais desligado. Em 2022,

a revogação da decisão judicial de 1973 que garantia o direito ao aborto nos Estados Unidos (caso *Roe vs. Wade*) representou o maior retrocesso nos direitos das mulheres em meio século. Do ponto de vista cultural, a imagem dominante do momento era impossível de ignorar, e revelava quão pequenas se tinham tornado as nossas ambições coletivas. As mulheres da minha idade trocavam pulseiras da amizade e, com a dedicação de criptógrafos da CIA, decifravam mensagens supostamente escondidas em letras de canções. Fazíamos viagens de raparigas, tínhamos conversas de raparigas, passávamos «*hot girl summers*» e petiscávamos em jantares de raparigas. Em 2023, vesti o meu melhor *blazer* cor-de-rosa da Geração Y — o que uso em debates públicos — e pus-me na fila com outras mulheres igualmente entusiasmadas com a ideia de termos a nossa fotografia tirada dentro de uma caixa de boneca em tamanho real, como se um momento de solidariedade visual pudesse compensar a perda dos nossos direitos reprodutivos. O mundo da Barbie, com o seu Supremo Tribunal exclusivamente feminino e a sua feminilidade hegemónica, só tornava mais claro que continuávamos todas a brincar com migalhas de poder. No final de 2024, mais uma vez, uma mulher competente, experiente e solidária foi derrotada na corrida presidencial dos Estados Unidos por um empresário falhado e um criminoso condenado, cuja candidatura foi promovida por alguns dos misóginos e supremacistas brancos mais orgulhosamente cruéis da memória recente. Quem não desejaria voltar a ser miúda perante tal alternativa?

Grande parte deste mal-estar parecia-me familiar. Houve um momento, no início do século XXI, em que o feminismo se apresentava como algo igualmente nebuloso e inerte, esmagado por uma cultura dominada por um extremismo jovial e por uma objetificação tecnicolor. Foi nesse ambiente que cresceram as

mulheres da Geração Y. Foi esse o contexto que moldou a forma como nos víamos, como víamos as outras e como entendíamos o que as mulheres, em conjunto, podiam ou não alcançar. Influenciou os nossos desejos, o nosso sentido de identidade, as nossas relações, o nosso corpo, o nosso trabalho e a nossa arte. Acabei por me convencer de que não podíamos seguir em frente sem enfrentar de forma honesta o modo como a cultura dos anos 2000 nos definiu.

Com este livro, quis, na qualidade de crítica, aprofundar as origens e os motivos pelos quais todos os géneros de entretenimento da época — música, cinema, televisão, moda, revistas, pornografia — transmitiam às raparigas a mesma mensagem, uma mensagem que interiorizámos com rigor. Quis perceber como é que uma geração de mulheres jovens pôde acreditar que o sexo era a nossa moeda de troca, que a nossa objetificação era uma forma de empoderamento e que não passávamos de uma anedota. Porque é que fomos tão facilmente levadas a duvidar do nosso próprio valor? Quem é que definia a agenda? Porque é que, durante décadas — e ainda hoje —, praticamente todos os produtos culturais giraram de forma tão obstinada em torno do desejo e do prazer masculinos?

Não esperava necessariamente encontrar todas as respostas. O meu principal objetivo era reformular a história recente de forma a enriquecer a minha própria perspetiva. Mas o que se tornou evidente foi a maneira como a cultura, o feminismo e a história caminham em pistas paralelas, influenciando-se, perturbando-se e até sabotando-se mutuamente. Fiquei igualmente fascinada pelas ressonâncias: as ligações, repetições e tendências que atravessam épocas e géneros e que continuam a ecoar, acompanhando o nosso vaivém errático entre progresso e retrocesso.

*

Em retrospectiva, todas estas tendências, e a cultura que representavam, parecem hoje inseparáveis da ascensão do pós-feminismo. O pós-feminismo — não tanto uma ideologia explícita quanto um mecanismo para atrair atenção mediática e vender produtos — surgiu nas décadas de 1980 e 1990 como reação ao ativismo das mulheres, alimentado pela ideia de que as feministas da segunda e da terceira vagas estariam, de certa forma, a tolher a nossa liberdade coletiva. Em 1982, na *New York Times Magazine*, Susan Bolotin observava que as jovens estavam subitamente a rejeitar qualquer ligação pessoal com o feminismo, apesar de reconhecerem as suas conquistas. Uma campanha de difamação contra o movimento das mulheres parecia ter surtido efeito; as mulheres mais jovens, observava Bolotin, viam as feministas como «infelizes» e «histéricas», mesmo quando beneficiavam diretamente das oportunidades que o esforço das outras lhes proporcionara.

O pós-feminismo era vago; parecia definir-se sobretudo em oposição a uma versão assustadora do feminismo, encorajando as mulheres a viver a sexualidade de forma descomprometida, a gastar sem moderação e a assumir uma postura estereotipadamente feminina ou ostensivamente sensual. Tudo isto era insistentemente apresentado como *empoderador*, uma palavra que hoje me deixa profundamente desconfiada sempre que a encontro fora de contexto. Ao longo da década de 1990, os ideais pós-feministas foram lentamente saturando a cultura popular. Não foi coincidência a década ter começado com o ímpeto de militância radical do movimento *riot grrrl* e ter terminado com as hipercomercializadas Spice Girls, cujo toque de génio, como a jornalista Caity Weaver escreveu em 2019, consistiu em

«representarem a ideia que uma jovem tem da vida adulta... as brincadeiras de pijama que se transformam numa carreira». Ser privada de ambição significa ser infantilizada. Um dos ícones determinantes do pós-feminismo foi Carrie Bradshaw, de *O Sexo e a Cidade*, uma consumista com ar de boneca, dona de uma coleção de sapatos multicoloridos, cujo apartamento no Upper East Side era uma verdadeira caixa de fantasias. Na literatura e mais tarde no cinema, Bridget Jones foi pioneira de um novo arquétipo feminino duradouro: a desastrosa. (O livro, como observou uma crítica do *New York Times* em 1998, «capta com precisão o modo como as mulheres modernas oscilam entre a independência de “eu sou mulher” e um desejo patético tipicamente feminino de corresponder a tudo o que os homens esperam» — o paradoxo do pós-feminismo em poucas palavras.)

Até esse momento, o movimento das mulheres estava a ganhar força. A publicação de *Backlash*, de Susan Faludi, em 1991 e o choque do depoimento de Anita Hill no Senado durante as audiências para a confirmação da nomeação de Clarence Thomas no mesmo ano ajudaram a moldar a terceira vaga do feminismo, um movimento que tentava ser inclusivo, defendia uma visão positiva e aberta da sexualidade e acalentava esperanças quanto ao futuro. O que me surpreendeu enquanto fazia as minhas pesquisas para escrever este livro foi perceber com que eficiência esta energia foi neutralizada pela cultura de massas. Na música, as mulheres insurgentes do *rock* foram postas de lado ao longo dessa década, substituídas por miúdas do *pop* muito mais jovens e muito menos opinativas. Na moda, as supermodelos poderosas, que exigiam ser pagas à altura do seu valor e que se apoiavam mutuamente, viram-se preteridas em favor de adolescentes frágeis e passivas. À medida que a década de 1990 avançava, a cultura foi gradualmente redefinindo o

feminismo, que deixou de ser uma luta coletiva para passar a ser um esforço individual. Em vez de um movimento inclusivo que reconhecesse as interseções de raça, classe e género, tivemos mobilidade seletiva ascendente e consumismo desenfreado. Todos estes modelos continuariam a desenrolar-se nas décadas seguintes, por meio do feminismo empresarial de *Faça Acontecer: Lean In*, da era da *girlboss* e da crueldade do «Não estou aqui para fazer amizades» dos *reality shows*.

Foi com esta inversão da contestação que teve início a década de 2000. A artimanha que os meios de comunicação de massas pós-feministas conseguiram, como Natasha Walter defende no seu livro *Living Dolls*, publicado em 2010, foi a apropriação de palavras como *libertação* e *escolha* para vender às mulheres «uma visão retocada, altamente sexualizada e cada vez mais estreita da feminilidade» — uma visão na qual se esperava que *escolhêssemos* uma vida em que fôssemos tanto objetos voluntários quanto alvos fáceis.

A meu ver, a transformação dos modelos culturais de feminilidade na década de 1990 ajuda a perceber por que razão a década de 2000 foi tão cruel, à medida que os princípios do pós-feminismo se tornavam imperativos aos quais já não podíamos escapar. Havia apenas uma maneira de existir em público, e era uma armadilha. À medida que as estrelas em ascensão se tornavam cada vez mais jovens — «É uma autêntica chuva de adolescentes!», declarava uma famigerada capa da *Vanity Fair* em 2003 —, apenas se intensificava a pressão para correspondermos a todos os requisitos contraditórios que o sucesso exigia. Esperava-se que raparigas de dezassete anos fossem virgens sensuais, adolescentes com aspeto de estrelas porno e anéis de castidade, capazes de vender fosse o que fosse a qualquer público.

É um número de equilíbrio que ninguém consegue sustentar por muito tempo. E quanto mais ostensivamente expressiva ou submissa se tornava a sexualidade das mulheres ao longo da década, mais nos era exigido em contrapartida.

Estruturei este livro de forma cronológica, da década de 1990 até ao presente, para tentar analisar os acontecimentos culturais no seu contexto histórico. E, como o leitor verá, praticamente todas as épocas, formas artísticas, conjunturas históricas, tendências e figuras icónicas refletem a influência do género que, ao longo dos últimos vinte e cinco anos, se tornou mais ubíquo do que qualquer outro modo de entretenimento. O título *Girl on Girl* pretendia inicialmente ser uma piada — uma referência mordaz às múltiplas formas como as mulheres pareciam ter sido colocadas umas contra as outras, enfraquecidas como força coletiva ao longo da minha vida adulta. Mas, quanto mais pesquisava, mais me parecia que a pornografia se infiltrara em absolutamente toda a cultura mediática.

A influência da pornografia atravessa a música: no interlúdio inicial de *Hard Core*, de Lil' Kim, no perturbador videoclipe de Fiona Apple para «Criminal» e, em 2003, no momento em que Snoop Dogg chegou aos MTV Video Music Awards (VMA) com duas mulheres conduzidas à trela. Está presente na arte e na moda: na explícita série *Made in Heaven*, de Jeff Koons, na série fotográfica de 2003 de David Bailey e Rankin, que os próprios apelidaram de «*pussy show*» («espetáculo de ratas»), no trabalho e na vida de Terry Richardson e na obsessão pelo fio dental à vista na viragem do milénio. A pornografia está por trás da quase extinção dos pelos púbicos, bem como da proliferação dos perigosos *Brazilian butt lifts*, e é pelo menos em parte responsável pelo aumento exponencial das cirurgias estéticas ao longo dos últimos vinte e cinco anos. Está literalmente

presente, granulada e abafada na cena inicial de *American Pie* e, tematicamente, na onda de comédias sexuais para adolescentes que imitaram este filme. Foi a pornografia que impulsionou a tendência, no cinema de autor, de conjugar o sexo explícito com uma violência tanto emocional como física. Está presente nas fotografias tiradas por baixo das saias de jovens estrelas femininas, publicadas no final dos anos 2000, e na forma como vídeos sexuais que envolviam celebridades jovens foram furtados e disseminados pela Internet. É facilmente identificável na confusa relação sexual entre Hannah e Adam na série televisiva *Girls*. Está presente até na política: poucos dias após a Convenção Nacional Republicana de 2008, a Hustler Video iniciou a produção do filme *hardcore* *Who's Nailin' Paylin?*, com atrizes a parodiar Sarah Palin, Hillary Clinton e Condoleezza Rice.

Nos capítulos que se seguem abordo muitos outros temas, entre os quais os seguintes: a concepção limitada e retrógrada das mulheres nos *reality shows*, o surgimento de realizadoras-*auteur* e da autoficção feminina e a forma como a era da *girlboss* transformou em ouro o espírito individualista do pós-feminismo. Fascina-me, porém, o facto de grande parte do que eu tentava perceber acabar sempre por remeter à pornografia. É o produto cultural emblemático da era atual — o elemento que mais moldou a forma como encaramos o sexo e, consequentemente, como nos relacionamos uns com os outros. «A pornografia não informa, nem debate, nem tenta persuadir», escreveu Amia Srinivasan no seu livro *O Direito ao Sexo. Feminismo no Século XXI*, publicado em 2021. «A pornografia treina.» Como irá descobrir neste livro, treinou uma boa parte da nossa cultura popular a encarar as mulheres como objetos — como coisas que urge silenciar, controlar, fetichizar ou brutalizar. E também

ajudou a treinar as próprias mulheres. Num estudo publicado em 2013, a psicóloga social Rachel M. Calogero constatou que, quanto mais as mulheres se mostravam propensas à objetificação do próprio corpo — a mensagem determinante tanto do pós-feminismo como da pornografia —, menos inclinadas estavam para o ativismo e para a luta pela justiça social. A meu ver, isto ajuda a explicar muito do que aconteceu às mulheres e ao poder no século XXI.

Este livro está longe de ser completo. Deixei de fora muito mais do que consegui incluir, sobretudo porque queria estabelecer ligações e compreender padrões. O momento histórico que analisei foi, em grande parte, definido pela heteronormatividade, pelo essencialismo de género e por uma rígida dicotomia — tudo isso limitou a minha capacidade de escrever fora desses moldes. Trata-se apenas de uma pequena parte de um projeto de reavaliação mais amplo. Analisar a história em conjunto é, antes de mais, uma manifestação de esperança: procuramos entender os caminhos que falharam para então concebermos uma via mais forte rumo ao futuro.

GIRL ON GIRL

CAPÍTULO 1

Girl Power, Raiva dos Rapazes

Música e feminismo na década de 1990

*Ouvi alguém do mundo da música dizer que
já não procuram talento — querem pessoas
com um certo visual e dispostas a colaborar.*

JONI MITCHELL (2004)

*Quando é que esta merda de homens
das cavernas vai terminar?*

DREAM HAMPTON (1991)

Em 2003, a crítica de música Jessica Hopper publicou na *Punk Planet* o ensaio «Emo: Where the Girls Aren't» («Emo: Onde as raparigas não estão»), no qual descrevia o sentimento de alienação que lhe despertava um dos géneros artísticos mais influentes da época. «Nas canções *emo* atuais, as raparigas não têm nome», escreveu. «As nossas ações são retratadas unicamente por meio da descrição do enredamento neurótico do próprio eu do cantor — o nosso único espaço de poder pessoal, no fundo, é o impacto que temos na sua vida amorosa. Somos recipientes cuja redenção depende do amor dos rapazes. Num pedestal, deitadas de costas.»

Muitas de nós já pressentíamos esta dinâmica na altura, mesmo que ainda não a conseguíssemos explicar. O que Hopper dizia sobre o *emo* aplicava-se a grande parte da música da década de 2000: os hinos mais populares da década pareciam saídos da banda sonora de um clube de *striptease* — músicas repetitivas, saturadas de *clichés* sobre a potência sexual masculina e sobre mulheres traiçoeiras e manipuladoras. No final da adolescência e quando tinha os meus vinte anos, dancei em discotecas ao som de «Thong Song» de Sisqó, «Dirrty» de Christina Aguilera e «P.I.M.P.» de 50 Cent, sem me aperceber de que algo mudara. É impossível analisar a cultura da Geração Y sem recuar primeiro até à década de 1990, quando episódios marcantes na música prenunciavam, de modo inesperado, o que viria a acontecer. Naquela década, a música era o palco das nossas disputas mais cruciais sobre o sexo, o poder e o feminismo. Era o lugar onde gente provocadora e rebelde vinha tocar e protestar. Na década de 1990, as mulheres que se dedicavam à música eram furiosas, incisivas e fascinantemente poderosas. A seguir, de um momento para o outro, desapareceram — substituídas por miúdas. O retrocesso que as afastou ecoaria em todos os meios de comunicação social de forma tão persistente e convincente que, para a minha geração, quase passou despercebido tudo aquilo que perdêramos.

No final da década de 1990, Madonna lançou um videoclipe para acompanhar o seu novo *single*, «Justify My Love», que veio definir o tom da década seguinte: ousado, abertamente sexual, com uma pitada de provocação. A canção era uma declaração hipnótica e lasciva de luxúria, com ecos de *trip-hop*; o videoclipe, uma exploração concetual e intensamente sexual da fantasia e do desejo, que detonou o discurso popular antes da era da Internet. Madonna, filmada a preto-e-branco, surge a caminhar

por um corredor de hotel em direção a um encontro, de saltos altos, a coxear ligeiramente, vestida com um impermeável preto e a segurar a cabeça como se não se estivesse a sentir bem. À medida que passa por várias portas, temos vislumbres fugazes das pessoas que ocupam os diferentes quartos, a observar-nos enquanto as observamos. A estrela junta-se ao seu amante (interpretado pelo namorado da altura, o simpático simplório Tony Ward); um homem aperta um espartilho de borracha de uma mulher; um bailarino num fato justo contorce-se em poses fluidas; Ward observa Madonna com outro parceiro, o rosto dele dizia tudo. Chegam mais pessoas; Ward é enredado numa teia de fetiche; todos eles testam os limites amorfos da sexualidade, do género e do poder. Por fim, Madonna veste o casaco e parte, a rir, renovada e radiante, já sem denotar cansaço.

A sexualidade descarada e perturbadora do videoclipe era precisamente o seu objetivo. No final daquele ano, a epidemia da sida já tinha vitimado mais de cento e vinte mil pessoas nos Estados Unidos — um quinto delas em Nova Iorque, o epicentro da moda, da arte, da música, da comunicação social e da publicidade. A ansiedade cultural provocada pela ideia de que o sexo podia literalmente matar deu origem, nos meios de comunicação social, a duas correntes de pensamento completamente opostas. Uma delas, apelidada de novo tradicionalismo, pregava o regresso aos valores familiares tradicionais, em que a mulher voltava ao lar e aí permanecia. (O filme *Atração Fatal*, de 1987, deu forma literal a esse medo por parte de uma cultura norte-americana corrompida, com a personagem de Glenn Close, uma mulher ousada, sexualmente livre e com uma carreira, transformada na amante que se recusa a desaparecer.) A outra corrente, o novo voyeurismo, abarcava o sexo, mas apenas enquanto espetáculo. «Numa altura em que fazê-lo

se tornou excessivamente perigoso, vê-lo, ler sobre ele e pensar nele tornaram-se uma necessidade», afirmava uma reportagem da *Newsweek* sobre Madonna, em 1992. «A sida empurrou o voyeurismo da segunda divisão sexual... para a primeira fila.»

Durante o resto da década de 1990, a cultura seria moldada pela tensão entre estas duas forças opostas. O novo tradicionalismo e o novo voyeurismo pareciam inconciliáveis, mas, no essencial, prometiam às mulheres o mesmo: que a realização e a prosperidade dependem de corresponderem aos desejos dos homens. Contudo, era na música que as mulheres começavam a mostrar a sua resistência. O videoclipe de «Justify My Love» é hoje interpretado como uma afirmação ousada de liberdade sexual numa era turbulenta. Mas havia um *volte-face*. A protagonista do vídeo era Madonna — as fantasias, as imagens, o prazer eram todos dela. Se isso afastava os homens ou o público tradicional, não era problema dela. O vídeo terminava com a seguinte mensagem no ecrã: «Pobre do homem / Cujos prazeres dependem / Da permissão de outra pessoa.»

Madonna deve ter previsto a indignação generalizada — e foi exatamente o que aconteceu. Mas também ajudou a desencadear uma vaga de música que defendia uma visão positiva e aberta da sexualidade, centrada nos desejos das mulheres. Em 1993, Janet Jackson lançou *Janet*, um álbum sedoso e carnal, inteiramente subordinado à luxúria. O videoclipe da faixa «Any Time, Any Place» explora os mesmos impulsos voyeuristas presentes em «Justify My Love»: as pessoas espiam-se através de óculos de portas e ranhuras de caixas de correio, e uma vizinha idosa observa com reprovação enquanto Janet Jackson empurra a cabeça do amante para baixo, com ele por cima dela — uma afirmação revolucionária de poder sexual e igualdade, que mais tarde seria retomada em videoclipes e letras de TLC, Mary J. Blige e Lil' Kim.

Na altura, os videoclipes ainda eram uma forma de arte relativamente recente. A inclinação voyeurista da década de 1990 não era apenas uma reação à sida: as imagens tornaram-se mais omnipresentes e mais carregadas de significado porque os consumidores passaram a poder *ver* a música, além de a ouvir. Quando a MTV foi lançada, em 1981, virou do avesso o mundo do estrelato *pop* e *rock*. A aparência de um artista passou a ser, de um momento para o outro, tão importante como o som que produzia. Artistas como Madonna, Cyndi Lauper e Tina Turner — cuja estética singular as tornava imediatamente reconhecíveis no ecrã — prosperaram nesse novo meio. Tanto Madonna como Janet Jackson, porém, pareceram perceber desde cedo de que forma o vídeo tornava as mulheres alvos fáceis. Doze dias após a estreia da MTV, os Duran Duran começaram a produção do videoclipe de «Girls on Film», uma curta-metragem de seis minutos em que modelos em *topless* fazem lutas de almofadas, rebolam na lama, beijam-se, despejam champanhe sobre os seios umas das outras e montam um mastro coberto de espuma de barbear — reciclando *clichés* sexistas num novo formato tecnológico.

Os videoclipes de Madonna e Janet Jackson desafiavam abertamente a ideia de que as mulheres existem para atuar em função do prazer masculino. Em 1986, no videoclipe de «Open Your Heart», que inclui um vasto nu artístico da autoria da pintora polaca Tamara de Lempicka, Madonna interpreta uma dançarina de *peep-show* diante de uma plateia de olhares vazios e gulosos. No ano seguinte, um estudo revelou que, embora os videoclipes de *rock* fossem «a primeira grande contribuição da televisão por cabo para o entretenimento televisivo», a maioria dos vídeos exibidos na MTV retratava as mulheres como objetos sexuais ou estereótipos bidimensionais. Madonna era talvez a

figura mais pró-sexo da época, mas, para ela, a sexualidade era sinónimo de poder. *Sex*, o seu livro erótico de grande formato, publicado em 1992, foi mais uma manifestação das *suas* fantasias: surreais nalguns momentos, fetichistas noutros, por vezes assumidamente cómicas. A escritora Mary Gabriel argumenta que terá sido «talvez o primeiro grande livro de imagens sexuais femininas publicado que não foi criado para excitar um homem heterossexual». No entanto, a mensagem que a indústria do entretenimento acabou por reter foi outra: que era sexual — e que se vendia como poucos.

De certa forma, a história do que aconteceu ao movimento feminista durante a década de 1990 pode ser contada por meio da evolução de um único lema. Em 1991, Kathleen Hanna estava em Olympia, Washington, no último semestre da faculdade, ocupada com o fanzine que preparava para a sua banda *punk*, as Bikini Kill. Andava a ler alguns textos da psicóloga feminista Carol Gilligan sobre adolescência feminina, autoconfiança e resistência, e trocava ideias com a baterista da banda, Tobi Vail, sobre o título do próximo fanzine. «Vamos juntar à palavra “miúda” algo que normalmente não se associa a “miúda”», recorda Hanna na sua autobiografia publicada em 2024, intitulada *Rebel Girl*.

«Poder», respondeu Vail. «*Girl Power*» («Poder das Miúdas»).

No final da década de 1990, o lema «*Girl Power*» já era amplamente conhecido, mas, quanto mais se repetia, menos conteúdo parecia ter. No início da década de 1990, o *Girl Power* afirmava-se deliberadamente como uma ideologia de marcado cariz político. Canalizava a raiva do *punk* por meio da experiência vivida, exigindo mais espaço e respeito para as mulheres nos concertos e em todo o sector, ao mesmo tempo que criava

textos radicais que, com o uso de colagens, desenhos e letras maiúsculas, muitas vezes faziam lembrar o diário íntimo de uma rapariga. Num dos panfletos que Hanna escreveu para um concerto das Bikini Kill, constava uma lista de imperativos com o título «A revolução começa aqui + agora, dentro de cada uma de nós», que incluía exortações como: «Resistir à interiorização do capitalismo, à redução das pessoas + de nós próprias a mercadorias destinadas ao consumo.» Outros fanzines da época, ligados ao movimento emergente que viria a ser designado por *riot grrrl*, abordavam temas como o pós-modernismo, a bissexualidade, a inclusão no feminismo e a obra do dramaturgo surrealista francês Antonin Artaud.

Na década de 1990 não havia uma *Teen Vogue* politizada. A revista que eu lia quando era pré-adolescente no Reino Unido era a *Just Seventeen*, uma publicação marcadamente consumista e obcecada por rapazes, cujo título provinha de uma letra dos Beatles sobre namorar com uma adolescente. Mostrava exercícios para tonificar as pernas, vinte razões para telefonarmos à nossa paixoneta e até dicas explícitas de sexo — mas nada sobre Artaud ou a autocomoditização. A escritora Olivia Laing, que também cresceu no Reino Unido nessa década, teve mais sorte: descobriu o movimento *riot grrrl* graças a uma atuação fulgurante da banda *punk* Huggy Bear no programa *The Word* da Channel 4 e apressou-se a enviar um envelope com selo e morada para receber o seu próprio fanzine. «É fácil desdenhar das miúdas adolescentes — fúteis, ocas, superficiais —, mas, ao reler estes textos secretos, o que me impressiona é a intensidade do pensamento», escreveu no *Guardian* em 2018. «Os primeiros fanzines falavam sobre formas de empoderamento feminino, de as raparigas se manterem seguras, de reclamarem as ruas e as plateias dos concertos. Mas o que podia ser excessivamente

moralista era contrabalançado por uma irreverência estilística de vanguarda. A cultura dominante é literalmente desmontada e reorganizada, enfeitada, como toque final, com rabiscos de pistolas e estrelas.»

Sempre me perguntei por que razão as pessoas desvalorizam as adolescentes, tratando-as como se fossem mimadas ou frívolas, quando a realidade de crescer como uma jovem é brutal, repleta de violência emocional e sangue derramado. Será que as raparigas não sofrem o suficiente para serem levadas a sério? Em *Rebel Girl*, Hanna conta as experiências que a levaram ao ativismo *punk*: o pai violento, a quem ela e a irmã tiveram de convencer a não disparar sobre elas e sobre si próprio; uma gravidez não planeada e um aborto que, por ela ser menor, só lhe foi autorizado depois de apresentar *um texto justificativo*; a vez em que o ex-namorado cobriu a biblioteca da faculdade com fotos em que ela aparecia nua; a experiência de voluntariado num abrigo para mulheres depois de a sua colega de quarto ter sido violentamente atacada por um desconhecido; o tempo em que trabalhou como dançarina num clube masculino; e a violação perpetrada por um amigo íntimo em quem confiava. Lembra-se de pensar que o tipo de feminismo que procurava talvez não existisse. O nome «Bikini Kill» fazia referência ao Atol de Bikini, o recife de coral nas Ilhas Marshall onde o governo dos Estados Unidos testou armas nucleares depois de repatriar à força os habitantes locais. Os militares, escreve Hanna, «colaram uma fotografia de Rita Hayworth na lateral de uma das bombas — um ato contra a vontade da atriz, que acabou por ficar conhecida como uma “mulher explosiva”».

O que impulsionou o movimento *riot grrrl* desde o início foi a raiva perante este tipo de rebaixamento e abuso. No final da década de 1980, a música *punk* prosperava em Washington, DC

e no Noroeste do Pacífico, mas deixava pouco espaço para mulheres e adolescentes que se sentiam marginalizadas na cena musical e inseguras no seu dia a dia. No início da década de 1990, bandas como Babes in Toyland, Bikini Kill, Heavens to Betsy, Excuse 17, 7 Year Bitch e Bratmobile formaram um movimento feroz, embora nebuloso. Em 1991, Hanna e Vail publicaram o «Manifesto *riot grrrl*», defendendo que a visibilidade, o incentivo e a segurança eram essenciais para que as artistas pudessem prosperar, e que uma «revolução no *rock* levada a cabo por miúúúdas raivasas» estava a caminho, destinada a «salvar a vida psíquica e cultural de adolescentes e mulheres em todo o mundo». À medida que as bandas faziam digressões, espalhavam esta mensagem por todo o país, dando origem a núcleos de *riot grrrls* a nível nacional.

Em 1992, o jornal *Chicago Reader* analisou o movimento *riot grrrl*, observando que um dos seus primeiros atos políticos não foi uma canção, mas uma lista de homens que tinham violado mulheres durante encontros, rabiscada na parede de uma casa de banho no Evergreen State College. A ideia do segredo — de que o movimento ganhava força tanto pela expressão pública como pelo diálogo privado entre as suas seguidoras — foi crucial para a popularidade inicial do *riot grrrl*, mas também acabou por contribuir para o seu declínio. Sem uma estrutura formalizada, o movimento estava fragmentado e vulnerável às acusações de imaturidade, pretensão e falta de inclusividade. Muitas fãs do *punk* sentiam-se excluídas: a artista Ramdasha Bikceem publicou, com quinze anos, o seu próprio fanzine, intitulado *GUNK*, no qual escrevia sobre o facto de se sentir duplamente excluída, tanto da música que adorava como do movimento *riot grrrl*, que descrevia como «miúúúdas *punk* brancas da classe média».

UM DOS MELHORES LIVROS DO ANO

New York Times ♦ *Washington Post* ♦ *Time* ♦ *Kirkus Reviews*

O que aconteceu ao feminismo no século XXI? Esta pergunta soa cada vez mais urgente num momento de retrocesso cultural e legislativo, em que a incerteza generalizada sobre o poder, o foco e a relevância do movimento feminista ameaça décadas de progresso. Sophie Gilbert apresenta uma resposta, identificando um momento decisivo na viragem do milénio, quando a energia do feminismo deu lugar a um período regressivo de hiperobjetificação, sexualização e infantilização das mulheres, fortemente influenciado pela cultura *pop* e pelo aumento da pornografia.

Com uma análise profunda e fundamentada dos objetos culturais mais reveladores da época — da música ao cinema, da televisão à moda, passando pelo jornalismo sensacionalista —, a autora apresenta-nos um retrato devastador resultante de uma combinação muito americana de excesso, materialismo e culto do poder, que colidiu com correntes culturais reacionárias, puritanas e chauvinistas. No contexto de uma reavaliação coletiva da forma como as mulheres são tratadas no espaço público, *Girl on Girl* é uma acusação mordaz da teia de misoginia que sustentou a produção cultural do início do século XXI — e que continua a moldar o mundo em que vivemos.

UMA CRÍTICA CONTUNDENTE SOBRE A FORMA COMO A CULTURA POP DO INÍCIO DOS ANOS 2000 COLOCOU MULHERES E RAPARIGAS UMAS CONTRA AS OUTRAS — E CONTRA SI PRÓPRIAS — COM CONSEQUÊNCIAS DESASTROSAS

«Arrebatador»
Financial Times

«Soberbo»
Library Journal

«Incisivo»
New York Times

«Fascinante»
Daily Telegraph



Penguin
Random House
Grupo Editorial

penguinlivros.pt
penguinlivros

ISBN: 978-989-589-493-2



9 789895 894932