

# Periguetes: novas visibilidades e construção de identidades na sociedade midiática do consumo

Marcia Perencin Tondato <sup>1</sup>  
Maria Giselda da Costa Vilaça <sup>2</sup>

**Resumo:** Periguete é um neologismo usado para classificar jovens que se destacam por suas roupas curtas e justas e comportamento sexual-afetivo liberal. Neste artigo trazemos uma reflexão sobre o termo, que já consta em dicionário, seguida de uma discussão acerca de um comportamento por vez ambíguo, entre a submissão e a resistência à dominação masculina. Investigamos o termo do ponto de vista da mídia e suas formas de difusão, da música que canta essas mulheres, de suas expressões nos meios digitais e como cultuam seus corpos, além da sua identidade e posicionamento da sociedade do consumo, como também da representatividade destacada nas telenovelas brasileiras. Além de levantamento bibliográfico, foram realizadas entrevistas informais com jovens de ambos os sexos com o objetivo de conhecer as opiniões acerca dessas mulheres. O que se observou foi que as periguetes se posicionam de forma decidida diante do que desejam sem se preocuparem com o que pensam delas, podem assumir identidades diferentes dentro e fora das baladas e buscam conquistar seu espaço social onde possam ser respeitadas como sujeitos em uma sociedade na qual é pelo consumo que nos tornamos agentes.

**Palavras-Chave:** Periguete. Comunicação. Consumo. Identidade. Corpo.

**Abstract:** Periguete is a neologism used in order to classify young women who outstand for their short and skintight clothes and liberal affectionate-sexual behavior. In this article we ponder on the term, which is already in dictionary, and raise a discussion about an ambiguous behavior, between submission and resistance to the masculine domination. We investigate the term from the point of view of media discourse, of songs having these women as a theme, expressions in the digital environments and the way they themselves care for their bodies, besides their social identity and positioning in the consumption society, as well as their representativeness in Brazilian telenovelas. Besides a brief bibliographical revision, informal interviews were carried out with young persons of both sexes aiming to verify their opinions about these women. It was observed that the periguetes are not worried about what people think about them, they may assume different identities in and out of the parties and they care for conquering their social space wherever they may be respected as individual-subjects in a society where it is by consumption that we become agents.

**Keywords:** Periguete. Communication. Consumption. Identity. Body.

---

<sup>1</sup> Profa. Dra. do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo da ESPM-SP. E-mail: [mtondato@espm.br](mailto:mtondato@espm.br)

<sup>2</sup> Profa. Ms. dos cursos de Publicidade e Propaganda, Design e Jornalismo da Faculdade Boa Viagem-FBV (PE). E-mail: [giseldavilaca@gmail.com](mailto:giseldavilaca@gmail.com)

---

## Periguetes: quem são?

“Periguite” ou “piriguite” é um neologismo que tem sido usado no Brasil para classificar mulheres, principalmente jovens, independentes e liberais, em especial no que se refere ao relacionamento sexual-afetivo. Não se sabe ao certo quando e onde o termo surgiu, havendo diversos significados para essa palavra, na maioria de cunho pejorativo. Neste artigo, trazemos o mapeamento de algumas definições deste neologismo, como já especificado no Dicionário Aurélio Jr., como ponto de partida para avaliar repercussões na sociedade, aqui pensada do ponto de vista da mídia, da música, de expressões no espaço digital e entrevistas informais realizadas com jovens de ambos os sexos, com vistas a refletir sobre as “periguetes” e uma eventual identidade e posicionamento na sociedade do consumo. Segundo Bakhtin (2006, p. 34), quando um tema repercute na sociedade há uma incorporação materializada pelo discurso a partir de signos “apreendidos de outros signos já conhecidos”. A linguagem exerce um papel ativo no processo de conhecimento, pois, como afirma Schaff (1971), é socialmente modelada nas práticas sociais e sofre modificações constantes influenciadas pelo desenvolvimento da cultura.

Várias são as conjeturas com respeito à procedência dessa palavra, porém a mais citada é a suposta origem na periferia da cidade de Salvador na Bahia como resultado da junção das palavras “perigosa” e “girl” [1] acrescido do sufixo “ete”, adaptado para soar melhor (RIOS, 2011). Moreno (COMO NASCE, 2012) diz que “parece ser uma criação espontânea, popular”, fazendo parte de um conjunto de palavras e expressões “que surgem de repente e acabam fazendo parte de nosso léxico”, sendo praticamente impossível descobrir a sua gênese, pois só se pode ter certeza do nascimento de uma palavra quando há depoimentos do próprio criador ou de seus interlocutores. Importante mencionar que é raríssimo que as palavras possuam o registro de sua origem, com um “dono”. Um exemplo é o termo “cientista” que, além de ser conhecida sua origem - Inglaterra, 1834 -, também há registro desta “criação” em cartório.

Outra versão sobre a origem da palavra “piriguete” é ter nascido de um equívoco linguístico. Ao tentar imitar os brasileiros chamando as mulheres de “gatinhas”, turistas estrangeiros, ao falarem *littlecat*, falavam *prettycat* e os brasileiros tentando imitá-los emaranharam as duas palavras pronunciando “piriQuete” e daí passou para “piriGuete” (COMO NASCE, 2012). De uma forma ou de outra, esse neologismo foi incorporado à fala cotidiana dos brasileiros e, por isso, inserido na edição mais recente do Dicionário Aurélio [2] Júnior (RIOS, 2011). [4] No dicionário, o verbete “periguete” significa “moça ou mulher que, não tendo namorado, demonstra interesse por qualquer um” (MENECHINI, 2011).

A discussão lexical iniciou-se pelo dicionário porque é nele onde são listadas as palavras e seus significados e que comumente consultamos quando desconhecemos algum termo. Em geral, consta a etimologia da palavra, sua origem e contribui para manter a unidade da língua (GARCIA, 1980). Com o advento da internet, existem dicionários *online* que inserem com maior rapidez os neologismos quando estes passam a fazer parte da linguagem cotidiana, considerando que os léxicos não podem ser dissociados de suas situações reais.

No Dicionário Aurélio *online* a definição para “pEriguete” é “mulher considerada desavergonhada ou demasiado liberal” [4], enquanto “pIriguete” é definida como “o mesmo que pEriguete” [5].

O Dicionário Informal traz outras definições para o termo: para “pIriguete” [6] a primeira delas é “mulher fácil, vai para baladas à procura de todos os tipos de homens para pagar tudo para elas, pois sempre saem sem dinheiro. Geralmente, quase sempre transam na primeira noite.” No caso de “pEriguete” [7], a definição é “mulher que se veste como prostituta; mulher oferecida; vadia; vagabunda; galinha; mulher que não se valoriza; mulher fuleira.” Entretanto, de acordo com Soares (2012, p. 59) parece ser “consensual de que ‘pIriguete’ é uma classificação de mulheres conhecidas por estarem na balada, geralmente solteiras, que escolhem com quem e quando querem ‘ficar’, autossuficientes e que não se importam com a opinião alheia.”

O filósofo Mario Sergio Cortella [8] lembra-se da primeira vez que ouviu essa expressão: “Foi para falar de prostitutas em Salvador”. Em enquete realizada

---

pela revista TPM com mulheres no Facebook e Twitter, 77% delas se dizem não ser receptivas ao termo e que serem chamadas de periguete seria “a morte”. Cortela também concorda com as leitoras e diz que a expressão é sempre ofensiva. “Hoje piriguete significa uma mulher perigosa ou que está a perigo. O significado é sempre ofensivo. A não ser quando a expressão é usada pelo homem que acha que foi ‘alvo’ de uma piriguete. Nesse caso, ele acha bom, pois a autoestima cresce” (LEMOS, 2010).

Mesmo com todas essas definições, o significado que é senso comum tem sentido pejorativo, de que são mulheres perigosas e que usam o corpo como arma poderosa para conseguir o que querem à custa de homens, sem terem necessariamente ligação afetiva com eles e sem se preocuparem com o que possam pensar delas. Elas querem mais é “se dar bem” em suas conquistas.

Na continuidade deste trabalho, será utilizado o termo “pEriguete” por ser esse o que consta no dicionário Aurélio desde 2011, ao invés de “pIriguete”, a forma mais coloquial.

### **As Periguetes na mídia – como reconhecê-las**

A mídia teve uma importância fundamental na propagação deste termo e das características comportamentais e estilo de vestuário das jovens assim denominadas, servindo a um espetáculo pelo “fetichismo da mercadoria”, como denomina Debord (1997, p. 36), com as mulheres exibindo seus corpos com toda a liberdade, rompendo padrões hegemônicos vigentes.

A palavra “periguete” ou “piriguete” ganhou espaço nos meios de comunicação quando a cantora Ivete Sangalo, durante o Festival de Verão de Salvador em 2006, gritou do alto de um trio elétrico: “Hoje eu sou a Piriguete Sangalo!”(LEMOS, 2010), auto intitulando-se “VevetePiriguete” [9] (2012). Como espaço midiático de reflexão e refração do cotidiano, várias novelas também tiveram sua “cota-periguete” (XAVIER,2012), algumas se tornando destaque, mas todas deixando “marcas de periguete” que as fazem ser lembradas até hoje [10]. Entre as mais famosas, citamos Cris (Regiane Alves em “A Vida da Gente”, 2011), Teodora

(Carolina Dieckmann) e Solange (Carol Macedo) em “Fina Estampa” (2011), Natalie Lamour (Debora Secco em *Insensato Coração*, 2011), Suellen (Isis Valverde em “Avenida Brasil”, 2012) (AS PERIGUETES, 2013).

Outra forma de difusão do termo é através das músicas. Até onde se avançou nessa pesquisa foram encontradas 16 letras em ritmos como rap [11], forró [12], sertanejo [13], pagode [14] e outros. Dessas, “Piriguete” do MC Papo [15] propõe-se a descrever como é uma “piriguete”.

PIRIGUETE	<i>Piercing</i> no umbigo Quando toca regue <i>reggaeton</i> Quer ficar comigo?...	(Refrão)... (2x)
(Refrão)		Em Governador Lá em Salvador Rio de Janeiro Santos e Belô!
Quando ela me vê ela mexe Piri, pipiri, pipiri Piri, Piriguete! Rebola devagar Depois desce Piri, pipiri, pipiri Piri, Piriguete!... (2x)	(Refrão)... (2x)  Foto de espelho Na exibição Ela curte <i>funk</i> Quando chega o verão No inverno essa mina Nunca sente frio Desfila pela <i>night</i> Com o <i>short</i> curtinho 1 5 7 [16] de marido Ela gosta É de cara comprometido Não tem carro Anda de carona Ela anda <i>sexy</i> toda guapetona Ela não é amante Não é prostituta Ela é fiel Ela é substituta...	Todo mundo já conhece Sabe o que acontece Quando vê a gente Ela se oferece Mexe o seu corpo Como se fosse uma mola Dedinho na boquinha Ela olha e rebola Chama atenção Vem na sedução Essa noite vai ser quente Eu vou dar pressão...
De mini saia rodada Blusa rosinha Decote enfeitado Com um monte de purpurina Ela não paga Ganha cortesia Foge se a sua carteira Tiver vazia Vai na micareta Vai no <i>pop-rock</i> Festa de axé Ela só anda de <i>top</i> Ela usa brilho		(Refrão)... 4x

MC [17] Papo, o *rapper* [18] carioca Alexandre Materna, explica que a piriguete de quem fala “não é uma mulher que quer ficar com todos os caras, e sim a que quer pegar aquele cara que tem grana. Ela quer é se dar bem”, e continua “a piriguete é uma junção de todas as Marias [19], é uma mistura de maria gasolina com maria chuteira, todas essas” (LEMOS,2010).

---

O MC fez a composição após ouvir amigos de escola usarem essa expressão repetidamente depois de voltarem de umas férias na Bahia. A letra da música expõe uma visão masculina sobre as periguetes, apontando o seu corpo como objeto de sedução para atrair os homens.

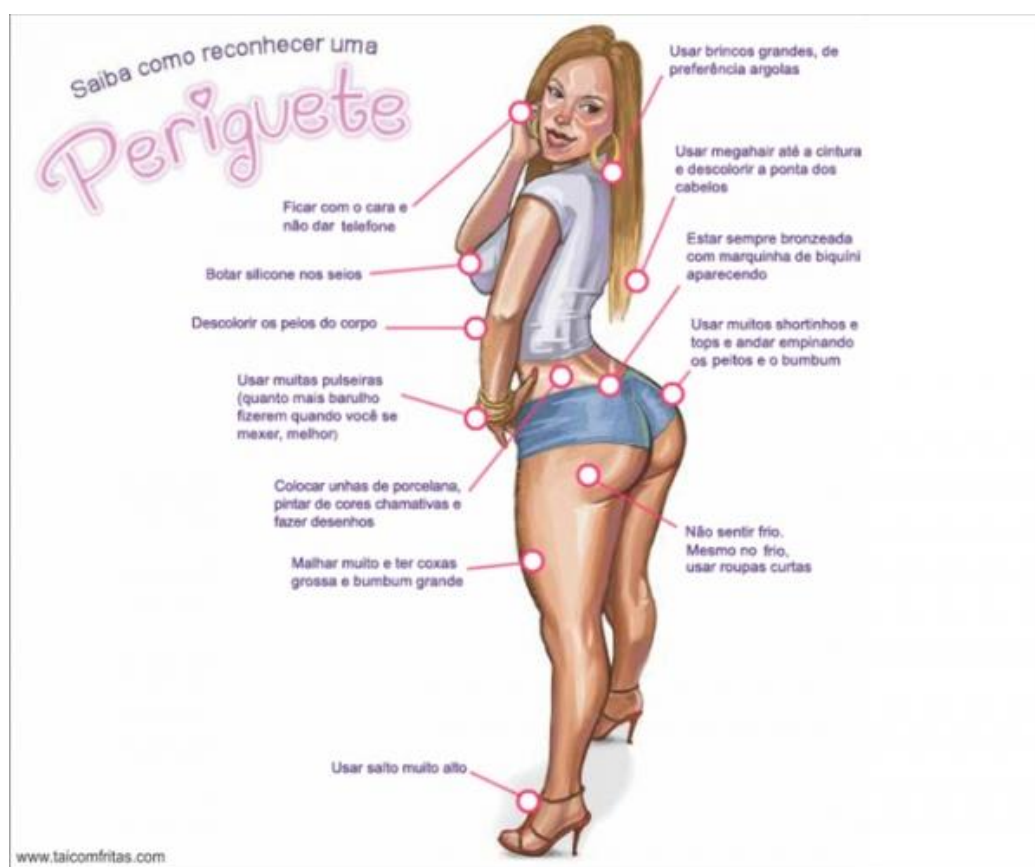
Nessa letra são observadas algumas definições dadas a esse tipo de mulher como o fato de sair sem dinheiro - “ela não paga, ganha cortesia” – e, também, a forma de se vestir “como prostituta” – “de mini saia rodada, blusa rosinha, decote enfeitado, com um monte de purpurina” [...] “ela só anda de top, ela usa brilho, *piercing* no umbigo” – além de nunca sentir frio desfilando “pela *night* com o *short* curtinho”. Em toda a letra há não só uma referência às definições, mas às representações sociais dessa mulher, que é “oferecida” e demonstra interesse por qualquer um – “quando vê a gente, ela se oferece, mexe o seu corpo, como se fosse uma mola, dedinho na boquinha, ela olha e rebola, chama atenção, vem na sedução, essa noite vai ser quente...”. Ela tem no seu corpo o maior objeto de sedução e o usa ao seu favor.

Atualmente, o culto ao corpo é exacerbado pelos meios de comunicação e é um dos “trunfos” das periguetes que, para usarem as roupas exageradamente curtas, precisam estar com seus corpos esculpidos. Elas não medem esforços nas academias de ginástica, como também lançam mão de cirurgias plásticas, implantes de silicones e outros recursos que possam deixar seus corpos “perfeitos” (GARCIA, 2005, p. 24). O resultado dos seus esforços nas academias torna-se visível nos músculos avantajados das coxas e glúteos. O silicone nos seios é outra marca de identificação deixando, por vezes, seus corpos desproporcionais em relação a sua estrutura original. Elas buscam um “ideal” de beleza que são “valores fundamentais para as relações sociais contemporâneas” (GARCIA, 2005, p. 25).

O corpo parece ser o foco determinante para instaurar a identidade cultural pós-moderna, seja a partir das ultrapassadas classificações de gênero, classe social ou faixa etária ou, até mesmo, a partir das “novas/outras” condições adaptativas intermediadas pela mídia. Assim, estilo de vida e atitude inscrevem-se no contemporâneo como traço absorvido e representado pelos postulados idiossincráticos do corpo (GARCIA, 2005, p. 23).

O corpo de uma periguite tem características perceptíveis e facilmente identificáveis, além de detalhes no seu comportamento que as fazem ser reconhecidas prontamente, como pode ser conferido na Figura 1. “Quanto menor a roupa e com mais brilho, mais periguite a mulher é”, afirma Priscila Silva, periguite assumida (ARRUDA, 2011). As roupas costumam ser bastante apelativas, deixando muitas partes do corpo à mostra, estimulando o desejo sexual de outras pessoas.

**Figura 1** - Como reconhecer uma Periguite



Fonte: Arruda (2011)

### Periguetes pelas Periguetes - confirmando os significados

Não apenas o termo “periguite” já foi incorporado ao linguajar cotidiano, mas também o “estilo de vida” e “modo de ser” de suas representantes. Assim como existem manuais de orientação para ocasiões especiais, orientações sobre modos de



---

vestir e outras publicações do gênero, também é possível os mandamentos de uma perigete (BATISTA JÚNIOR, 2012), os sintomas de pertencimento ao grupo [20] e um manual de etiqueta perigete [21].

Essas mulheres parecem fazer o que lhes dá na cabeça sem se preocuparem com o que pensam a seu respeito. Vestem-se para “matar”, esforçam-se para serem vistas e admiradas e representam “perigo”. É um tipo que anda no “fio da navalha” entre admiração e aversão e marcam presença em todas as baladas que puderem (BATISTA JÚNIOR, 2012). São mulheres de até 30 anos, possuem tempo para frequentar academias de ginástica, sonham se transformar em celebridades e utilizam dialetos próprios. Para elas camarote é “no fechado” e homem com que têm romance casual é “peguete”. Não querem namorado para que não fiquem no seu encaixe, pois gostam de sair várias vezes na semana. Perigetes entrevistadas por Batista Júnior (2012) dizem: “gosto de me vestir bem, de um jeito *sexy*, e os *promoters* nos adoram por saber que mulher bonita atrai público” (25 anos); “aos 13 [anos] pegava emprestado o RG ou carteira de motorista de uma conhecida mais velha para entrar nos lugares” (18 anos, mas já considerada uma veterana). Segundo estas entrevistadas, entram gratuitamente nos endereços das baladas e não falta quem lhes pague suas bebidas.

As dançarinas da “Jaula das Gostosudas” (Figura 2) ensinam como ser uma perigete: “Perigete que é perigete fala mexendo com as mãos e fazendo barulho com as pulseiras. Outra dica é já chegar 'causando'. Todo mundo tem que ver de longe quando estamos nos aproximando”. Elas também não podem se apaixonar, “pegam, mas não se apegam” e nem fornecem o número de telefone para que os homens não liguem no dia seguinte (ARRUDA, 2011).



**Figura 2** - Dançarinas da Jaula das Gostosudas

Fonte: Arruda (2011)

Esses “ensinamentos” repercutem na sociedade difundidos pelos meios de comunicação, principalmente os digitais que são de fácil acesso e permitem rápida divulgação. Esse é um canal largamente usado pelo público jovem para interagir, obter informações e propagar seus estilos de vida. As periguetes também se aproveitam desse espaço para mostrarem suas identidades e exibirem imagens detalhadas dos seus corpos, bem como os estilos de moda que adotam, criando um novo “eu-mercadoria” (KELLNER, 2001, p. 335). Da mesma forma que nas sociedades tradicionais nas quais o traje e a aparência indicavam a quais classes e profissões as pessoas pertenciam, atualmente esse “código” permanece atuando de maneira que as pessoas continuam sendo “rotuladas” de acordo como se apresentam, mesmo sem a rigidez de outrora. A moda democratizou-se e quem pode “pagar” pode vestir e exibir o que quiser.

As periguetes agem individualmente e fazem suas escolhas, embora sejam “enquadradas” dentro de um perfil que é compartilhado na sociedade. “A moda é um componente importante da identidade”, como destaca Kellner (2001, p. 337), com isso, ganham visibilidade no mercado do vestuário que já se preocupa em produzir para esse público. Segundo o estilista Alexandre Herchcovitch, “o Brasil tem expertise de fazer roupa de pirigute” porque o mercado das classes C e D é promissor

---

(WHITEMAN; DINIZ,2012). As periguetes, de acordo com Ferrari e Silva (2014), “são um exemplo de estilo de moda e vida” que ganha espaço nesse mercado.

### **Identidade Periguete – marca registrada?**

A identidade é uma questão de estilo e, nesse sentido, a moda torna-se um elemento essencial na construção identitária, como afirma Godart (2010). No caso das periguetes, além de chamarem a atenção por seus atributos físicos e seus comportamentos, elas adotam um estilo de roupas e acessórios peculiares que refletem o seu posicionamento na sociedade e compõem a sua identidade.

Segundo Kellner (2001, p. 332), “muitos ícones da cultura da mídia estão mostrando que identidade é uma questão de escolha e ação individual, e que cada indivíduo pode produzir a sua identidade própria e exclusiva”. São “*shorts*, vestidos ‘tomara que caia’, meia arrastão, *leggings*, bandagem, *cropped*. Tudo muito apertado – literalmente colado ao corpo, colorido e, se puder, cintilante” (BARROS, 2015, p. 34). Os acessórios são sempre chamativos, com brincos grandes, cintos, muitas pulseiras e saltos muito altos, além de tatuagens, localizadas em partes específicas do corpo de forma provocante.

Essa forma de aparecer tem um efeito comunicacional e estratégico. O corpo é usado como um suporte que é equacionado e pontuado por um dinamismo de exibição narcísica e pelas “relações pessoais inerentes à sua sociabilização” (GARCIA, 2005, p. 27). Um novo individualismo é instaurado e, como pontua Lipovetsky (2005, p. 49), “o narcisismo designa a emergência de um perfil inédito do indivíduo nas suas relações consigo próprio e com o seu corpo”.

Em se tratando de Brasil, concordamos com Goldenberg (2011, p. 545) quando diz que “o corpo é um importante valor na cultura brasileira como um todo”, como também que “os corpos e os comportamentos mais imitados na cultura brasileira estão, sem dúvida alguma, nas telenovelas da Rede Globo”. Argumentamos, porém, que a ficção “não inventa” mas reflete aquilo que já está em curso na

sociedade, “atualizando”, segundo os parâmetros de uma produção midiática comercial, que deve levar em conta os índices de audiência.

Um rápido levantamento da presença de personagens periguetes com algum destaque nas telenovelas brasileiras, considerando-se somente os anos 2000 pela disseminação deste perfil na própria sociedade, mas também pelo que foi apresentado no início deste artigo em relação ao mundo musical, resulta em 24 produções (22 da Rede Globo) com 26 personagens-tipo (Quadro 1). Independente das motivações, o elemento comum na caracterização de todas estas personagens são as roupas justas, o cabelo “estilo crina” [22], o gosto por acessórios chamativos, e, logicamente, um corpo “escultural”. Já no aspecto “moral”, por assim dizer, nem todas têm como objetivo “o dinheiro fácil”, “subir na vida” ou “se dar bem”. Algumas, como Solange (Carol Macedo, “Fina Estampa”, 2012), almejavam uma carreira artística de sucesso para “ganhar seu próprio dinheiro”. Outras eram românticas e, embora à procura de um homem rico, queriam alguém que lhes despertasse um sentimento de amor.

O perfil “periguite” pode ser encontrado desde há muito nas representações femininas midiáticas, talvez sob outras denominações – *femme fatale*; *vamp*; *diva*/ *good-bad girl*, especificamente no cinema. Entretanto, até certo ponto as mulheres assim identificadas queriam se dar bem a qualquer custo, investindo nos homens. E não só no cinema, também nas telenovelas no final dos anos 1980, junto com a abertura política, e na década seguinte, tivemos “periguetes” em “Guerra dos Sexos”, “Roque Santeiro”, “Ti-Ti-Ti”, “Vale Tudo”, “Barriga de Aluguel”, “Rainha da Sucata”, “Deus nos Acuda”, “Quatro por Quatro”, para citar algumas, porém, belas, atraentes e trapaceiras, “sem-vergonhas”, visando exclusivamente a questão financeira a qualquer custo. Além disso, comparando com o perfil atual dasperiguetes, nem todas se vestiam da mesma maneira, pelo contrário, algumas delas se apresentavam de forma muito elegante e nem de longe, pela aparência, diríamos que eram capazes das atitudes que tinham, como a Fátima (Glória Pires) de “Vale Tudo” (1988).

A “nossa” periguite além de tudo se veste para chamar a atenção e mesmo de boca calada, só de olhar para ela, já denota quem é. As periguetes dos anos 80 e 90

eram “perigosas” no sentido de querer “dar calote”, “passar a perna”, “puxar o tapete” de quem estivesse à sua frente, sem escrúpulos. A dos anos 2000 não chega a ser "maldosa", muitas vezes querendo apenas “curtir a vida sem pagar nada”, e não necessariamente "dar o golpe do baú".

**Quadro 1** - Telenovelas brasileiras com personagens “periguetes”

<b>Novela (ano)</b>	<b>Personagem (atriz)</b>
2016 – Rock Story	Marisa (Julia Rabelo)
2015 - A Regra do Jogo	Ninfa (Roberta Rodrigues) Alisson (Letícia Lima)
2013 – Amor à Vida	Valdirene (Tatá Werneck)
2013 - Salve Jorge	Lurdinha (Bruna Marquezine) Maria Vanúbia (Roberta Rodrigues)
2012 - Malhação	Fatinha (Juliana Paiva)
2012 - Avenida Brasil	Suelen (Ísis Valverde)
2012 - Fina Estampa	Teodora (Carolina Dieckmann) Solange (Carol Macedo)
2012 - Cheias de Charme	Brunessa (Chandelley Braz)
2012 - Amor Eterno Amor	Valéria (Andreia Horta)
2011 - A Vida da Gente	Cristiane (Regiane Alves)
2011 - Insensato Coração	Natalie Lamour (Deborah Secco)
2010 - Ti-ti-ti	Stéfany (Sophie Charlotte)
2009 - Caminho das Índias	Norminha (Dira Paes)
2009 - Bela, a Feia (Rede Record)	Elvira (Bárbara Borges)
2008 - Beleza Pura	Rakelli (Ísis Valverde)
2008 - A Favorita	Céu (Deborah Secco)
2008 - Duas Caras	Gislaine (Juliana Alves)
2007 - Paraíso Tropical	Bebel (Camila Pitanga)
2007 - Amor e Intrigas (Rede Record)	Valquíria (Renata Dominguez)
2006 - Cobras e Lagartos	Leona (Carolina Dieckmann)
2005 - América	Lurdinha (Cléo Pires)
2003 - Celebridade	Darlene (Deborah Secco)
2001 - O Clone	Karla com K (Juliana Paes)
2000 - Laços de Família	Capitú (Giovanna Antonelli)

Fonte: Xavier, 2012; As Periguetes, 2013 (Formatação das autoras).

Uma comparação de atitudes entre a periguite antes e pós anos 2000, em termos de posicionamento de gênero, aponta-nos a mudança comentada por Lana (2014, p. 74) quando diz que

a mulher fatal moderna traz uma ruptura com a narrativa heroica tradicional, pois ela não deseja ser resgatada pelo homem; sendo uma agente importante da narrativa, a *femme fatale* transforma a passividade de papéis femininos na jornada do herói.

A jovem deste início de século assume uma jornada e se vê “cercada de parâmetros arbitrários, oriundos de narrativas construídas a partir das culturas midiáticas e do consumo, que exercem um certo domínio sobre os corpos juvenis”, restando-lhe como opção de ação, no caso, aderir a movimentos como a “Marcha das Vadias”, sendo “possível afirmar que as periguetes e as ativistas [...] encontram-se, através do modo de se vestir, com a dimensão política da comunicação e do consumo” (ROCHA, 2009, *apud* BERALDO, 2012).

Para assumir um novo estilo de vida, há influências e pressões de grupos, somados às circunstâncias socioeconômicas e experiências transmitidas através da mídia, dentro do contexto social em que vivemos, afirma Giddens (2002, p. 81). Este autor postula que “a roupa e a identidade social não estão hoje inteiramente dissociadas”, pois a roupa continua sendo uma forma de identificar gênero, classe social e status ocupacional, enquanto a aparência “vira um elemento de projeção individual do eu”. Se a garota classe média se engaja na luta contra o machismo e tudo que lhe é característico, aquelas das classes populares talvez assumam a identidade “periguite” pelo mesmo motivo, ainda que de um ponto de vista menos político, mas também, e talvez essa seja uma motivação mais “consciente”, por um posicionamento de classe. No caso das periguetes, as roupas e sua aparência parecem ser uma “marca registrada” desses tipos de mulheres. Para serem reconhecidas como tal, elas se preparam fisicamente e usam estilos de moda que são característicos dessa “personagem” que assumem perante a sociedade.

### **O que dizem os jovens – conversando sobre a vida**

Conforme delineado até aqui, periguite é um termo que define e especifica uma “maneira de ser e querer ser vista” que sempre existiu, mas que ainda não havia

---

encontrado um espaço para tal, hoje possível na perspectiva de uma sociedade de consumo, de identidades múltiplas.

Buscando explorar o assunto no âmbito do cotidiano, do que é percebido para além do que “sai na mídia”, realizamos grupos focais com jovens entre 19 e 23 anos, de ambos os sexos, estudantes universitários em Recife (Pernambuco). Foram dois grupos selecionados de duas instituições de ensino superior diferentes, com vivências distintas a partir dos seus locais de moradia. Os grupos foram formados por pessoas de etnias, gêneros e orientações sexuais diversas, proporcionando com isso uma discussão maior pela variedade de experiências de cada um.

A realização dos grupos focais se deu no âmbito das abordagens qualitativas como uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social, tentando compreender detalhadamente os significados e elementos situacionais apresentados pelos entrevistados. O propósito do estudo qualitativo foi não apenas registrar mudanças em sua aparência ou essência, mas revelar a natureza dinâmica da relação entre a aparência e a essência do fenômeno, cujo objetivo foi explorar os sentidos construídos no contexto das relações sociais, quando as opiniões expressadas agregam representações advindas de uma diversidade de origens, incluindo a mídia (BAUER; GASKELL, 2000).

Os grupos que participaram da pesquisa foram selecionados segundo a perspectiva intencional de amostragem de forma tal a aumentar as chances de cobertura do assunto, tipos de fenômeno e indivíduos de interesse. Tendo como princípio o emprego de procedimentos sistemáticos, a composição dos grupos se deu através de informação conhecida e expectativas sobre as dimensões importantes para o estudo do problema.

Transcritas as entrevistas, na análise dos dados buscamos a diversificação, visando entender o “sentido” que as coisas possuem para as diversas pessoas, procurando compreender os aspectos mais íntimos de constituição dos imaginários sobre o universo da perigete. Leal (1995, p.117) chama nossa atenção para o fato de que “o resultado dos grupos focais na pesquisa de recepção não pode ser utilizado como reflexo do modo de recepção, mas sim como exploração da opinião das pessoas sobre o assunto”, que reiterado por Haguette (1999, p. 88) quando nos orienta que

“temos que reconhecer que estamos recebendo meramente o retrato que o informante tem de seu mundo, cabendo a nós, pesquisadores, avaliar o grau de correspondência de suas afirmações com a ‘realidade objetiva’, ou factual”. Assim, entendemos que ao final do processo chegamos a resultados típicos na medida em que tiveram como origem situações individuais, diferentemente do percentual representativo obtido por meio de abordagens estruturadas.

A opinião dos jovens entrevistados não difere do observado nas manifestações midiáticas: “a periguite gosta de *funk*, a roupa tem que ser atraente”. São unânimes em afirmar que mulher se veste para mulher e não para o homem, porém as periguetes são meninas/mulheres que gostam e fazem questão de aparecer. Entretanto, nem todas têm o comportamento característico, apenas se vestem como tal, para se destacar do “comum”.

As garotas entrevistadas afirmaram conhecer algumas periguetes, porém evitam compromissos de lazer e diversão com as mesmas com receio de serem igualmente rotuladas, refletindo o preconceito existente com relação a essas mulheres. Já para os rapazes essa questão de preservação de uma imagem pública devido a uma aproximação com garotas consideradas “periguetes” não representa um problema, embora nenhum deles tenha revelado ter tido algum tipo de relacionamento com uma periguite.

O aspecto da situação socioeconômica de jovens denominadas periguetes também surgiu nos grupos. São caracterizadas como sendo da classe “pobre”, moradoras de favelas, acrescido do comentário de que as “ricas” não precisam usar desse recurso (estilo liberal de se vestir) para se destacarem. Tal classificação chama nossa atenção pela explicitação do reforço de um preconceito com base na diferença estereotipada entre “rico e pobre”, que extrapola aspectos econômico-materiais, abarcando comportamentos, diferenciando o pertencimento a grupos socioeconômicos com base em valores morais. Esse reforço é também apontado por Jordão (2012) a partir da ficção seriada televisiva.

Na visão machista, periguite é a mulher “gostosa”, que veste roupas curtas e frequenta todas as festas de pagode e funk, porém com quem eles nunca namorariam. Na versão feminina, é uma “vadia” oxigenada, com partes do corpo de



---

tamanho exagerado, usam saltos altos e produtos de marcas famosas falsificadas e dispostas a ficar com qualquer homem (GALVÃO,2011).

### **Considerações finais**

Uma das características da modernidade tardia é uma intensa busca pelo estabelecimento de identidades. Na opinião de Kellner (2001, p. 331) “está havendo uma espécie de rebelião contra a produção de identidade apenas como feito individual, dando-se maior ênfase às formas de identidade tribais, nacionais e grupais, além de outras coletivas”. Pelo que percebemos com o estudo realizado, as periguetes formam um grupo que se posiciona de forma decidida diante do que deseja, marcando isso esteticamente. Ainda que não haja um consenso quanto a definição desse posicionamento, isso pouco importa diante das repercussões que seu comportamento e aparência provocam na sociedade.

Respondendo a uma cultura que “tende a construir identidades e posições de sujeito convidando os indivíduos a identificarem-se com figuras, imagens e posturas bem específicas” (KELLNER, 2001, p. 333), a mídia propaga esse comportamento feminino reforçando a presença das mulheres que o adotam na agenda pública, criando um círculo vicioso e ambíguo de visibilidade, desejo e repúdio na sociedade. Entretanto, sempre trabalhando como se fossem peças de um jogo de aparências, facilmente descartáveis e substituíveis, apenas aguardando a “moda seguinte”.

Porém, a mídia não age sozinha. Há um interesse mercadológico nesse público como potencial consumidor de produtos diversificados relacionados à moda e estilo de vida levado a público pela cantora Ivete Sangalo, consagrado pelas telenovelas e fonte de inspiração (e renda) para compositores que não economizam figuras de linguagem e expressões rudes e grosseiras para descrever as mulheres que o assumem.

Mas, as periguetes são assim o tempo todo ou só nas ocasiões sociais, públicas, de lazer e diversão? Vestem-se e assumem outro personagem como no

carnaval? Ou é a própria vida representada na sua livre forma de realização? Segundo Bakhtin (2013, p. 7) durante um certo tempo “o jogo se transforma em vida real”. Da forma como se exibem para o público, podem ser comparadas a um banquete e suas imagens “estão estreitamente mescladas às do corpo” (BAKHTIN, 2013, p. 243), necessárias ao regozijo popular.

De acordo com alguns relatos, fora das baladas as periguetes assumem outras identidades. Algumas estudam almejando profissões diversas; outras trabalham durante o dia para poderem manter a sua identidade periguite. Elas são potencialmente consumidoras de uma diversidade de produtos que ajudem a promover o estilo escolhido. Suas aquisições incluem, além de roupas e acessórios, os mais chamativos possíveis, a frequência a academias de ginástica e salões de beleza, além do investimento em tratamentos estéticos em clínicas especializadas.

Muito em função do estabelecimento de uma relação de comunicação com o público masculino, numa atitude até então relegada ao homem, de conquista pela conquista, ou de busca por uma vida de luxo e posses. Entretanto, ficar só neste perfil acreditamos que seja pouco tendo em vista a visibilidade adquirida, ou atribuída, se pensarmos na importância que este grupo tem em relação ao consumo, daí o interesse midiático mercadológico. Carregado de ambiguidades, o posicionamento atitudinal e comportamental da periguite se abre para elementos estético-sexuais, mas, no limite, há sempre algo de rancor em relação a uma situação de exclusão. Uma exclusão que acontece até mesmo no grupo social do qual faz parte, por vezes ficcionalizada em confrontos com as “mulheres de família”, externando que, eventualmente elas queiram em primeiro lugar se sentir poderosas para si mesmas, de uma forma bem narcísica.

Periguetes. Estilo, posicionamento de vida. Visibilidade. Um assunto que não se esgota aqui. Tomando como base o mapeamento realizado, inferimos que por trás dos vestidos justos e curtos, dos corpos modelados cuidadosamente, do comportamento chamativo, existem mulheres em busca de um espaço social onde possam ser respeitadas como sujeitos em uma sociedade na qual é pelo consumo que nos tornamos agentes, com voz, pelo menos até onde possamos despertar interesse como sujeitos “racionalistas”, com poder de escolha sobre “o que” comprar.

---

## Notas

[1] Garota, em inglês.

[2] O Aurélio não é um dicionário oficializado pela Academia Brasileira de Letras, mas é adotado como padrão lexical e ortográfico e, devido ao uso, popularmente já se tornou sinônimo de dicionário.

[3] Este dicionário foi lançado no dia 11 de setembro de 2011 na Bienal do Livro no Rio de Janeiro. Segundo Valéria Zelik, responsável pela sua edição, o que habilita uma palavra a entrar no dicionário é o uso. A editora comenta que uma palavra fica em torno de cinco anos em quarentena, sendo estudada para saber se não passa de um modismo ou se é uma palavra que veio para ficar (MENECHINI, 2011).

[4] Disponível em: <[www.dicionariodoaurelio.com/periguete](http://www.dicionariodoaurelio.com/periguete)>. Acesso em: 15 jul. 2015.

[5] Disponível em: <[www.dicionariodoaurelio.com/piriguete](http://www.dicionariodoaurelio.com/piriguete)>. Acesso em: 15 jul. 2015.

[6] Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/piriguete/>>. Acesso em: 01 jul. 2015.

[7] Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/periguete/>>. Acesso em: 01 jul. 2015.

[8] Professor doutor em educação, titular da PUC-SP.

[9] Soares (2012, p. 67) explica que “Na ocasião, Ivete Sangalo usou da identidade de ‘piriguete’ para incluir em seu show um bloco de canções ligadas ao pagode popular e ao arrocha – gêneros musicais marcadamente presentes na periferia de Salvador, Bahia.”

[10] Disponível em: <<http://www.terra.com.br/diversao/infograficos/tv/periguetes-das-novelas/>>. Acesso em: 25 jul. 2015.

[11] Rap é um discurso rítmico com rimas e poesias que surgiu nas comunidades negras americanas no final do século XX. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Rap>>. Acesso em: 29 jan. 2017.

[12] O Forró é uma música originária do nordeste brasileiro, com dança de mesmo nome, e que possui temáticas ligadas à cultura da região Nordeste. Disponível em: <<http://www.suapesquisa.com/musica/cultura/forro.htm>>. Acesso em: 29 jan. 2017.

[13] Sertanejo é um ritmo brasileiro voltado para o público rural que contém melodias simples e melancólicas, tocado originalmente com instrumentos artesanais como viola, acordeão e gaita, mas que passou por mudanças de acordo com o surgimento de novos instrumentos musicais. Disponível em: <<http://brasilecola.uol.com.br/artes/sertanejo.htm>> Acesso em: 29 jan. 2017.

[14] Pagode é um ritmo originário do samba, nascido no Rio de Janeiro no final da década de 1970. Disponível em: <<http://musicadobrasil.blogspot.com/2017/01/1905.html>>. Acesso em: 29 jan. 2017.

[15] Disponível em: <<http://letras.mus.br/dj-thiago/1007459/>> Acesso em: 29 jul.2015.

[16] 157 – Referência ao artigo 157 do Código Penal brasileiro que prevê a reclusão de quatro a dez anos e multa por roubo.

[17] MC é um acrônimo para “Mestre de Cerimônias” e tanto pode ser um artista como um apresentador de um evento. Surgiu com a música jamaicana, mas no Brasil ganhou popularidade com o gênero musical funk que por sua vez surgiu nos Estados Unidos de uma mistura de soul, jazz e blue. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/mc/>>. Acesso em: 29 jan.2017.

[18] O artista do rap.

[19] Vale ressaltar que “maria” é como são chamadas pejorativamente todas as mulheres que se enquadram em alguma categoria onde são verificados interesses em tirar vantagem dos homens, sem fazer uma referência direta a Maria, o ser sagrado e mãe de Jesus. Assim, “maria gasolina” procura homens que possuem carros, e “maria chuteira” investe num relacionamento com jogadores de futebol.

[20] Disponível em: <<https://homensapiens.wordpress.com/2010/11/05/periguete-com-%E2%80%9Ci%E2%80%9D-e-piriguete/>>. Acesso em: 29 jun. 2016.

[21] Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/blogs/pop/2012/08/02/pequeno-manual-de-etiqueta-periguete/>>. Acesso em: 29 jun.2016.

[22] Conforme reportagem da Revista Veja São Paulo “O ataque das periguetes”, que trazia as seis lições básicas de uma periguete. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/blogs/pop/2012/08/02/pequeno-manual-de-etiqueta-periguete/>>. Acesso em: 17 fev.2017.

## Referências

ARRUDA, Monique. Dançarinas da ‘Jaula das Gostosudas’ ensinam como ser uma ‘periguete’. *Globo.com*, 16 out. 2011. Disponível em: <<http://ego.globo.com/Gente/Noticias/o,,MUL1673762-9798,00-DANCARINAS+DA+JAULA+DAS+GOSTOSUDAS+ENSINAM+COMO+SER+UMA+PERIGUETE.html>> Acesso em: 17jul.2015.

AS PERIGUETES inesquecíveis das novelas. *Geral Ligado*, 26jul. 2013. [online]. Disponível em: <<http://geraligado.blog.br/2013/06/as-periguetes-inesqueciveis-das-novelas.html>> Acesso em: 28 jul.2015.

BAKHTIN, Mikhail. *A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. 8.ed.. São Paulo: Hucitec, 2013.  
\_\_\_\_\_. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 2006.

---

BARROS, Simone Grace de. *Tatuagem e construção de identidade em piriguetes: um estudo em Recife, Pernambuco*. 169 f. Tese (Doutorado em Design) – Departamento de Design, Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco. 2015. Recife, Pernambuco.

BATISTA JÚNIOR, João. O ataque das periguetes em São Paulo. *Veja São Paulo*, 27jul.2012. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/ataque-periguetes-sao-paulo/>>. Acesso em: 17 jul. 2015.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto imagem e som*. 2. ed.. Petrópolis (RJ): Vozes, 2000.

BERALDO, Beatriz. *Periguetes e vadias: por saias e causas justas*. Anais da IX PosCom – Seminário dos alunos de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/6392012-Periguetes-e-vadias-por-saias-e-causas-justas-1-beatriz-beraldo-2-escola-superior-de-propaganda-e-marketing-sp.html>> . Acesso em: 19fev.2017.

COMO NASCE uma palavra. *Sua Língua*. Disponível em <<http://sualingua.com.br/2012/07/14/de-onde-vem-as-palavras/>> Acesso em: 15 jul.2015.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FERRARI, Fernanda Bonizol e SILVA, Elizabeth Murilhoda. O que querem as “piriguetes”? Moda, comportamento e consumo: uma relação. PUC-Rio. *Anais eletrônicos ... 7º Encontro Nacional de Estudos do Consumo*, 2014, Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.estudosdoconsumo.com.br/artigosdoenec/ENEC2014-GTO3-Ferrari daSilva-O que querem as piriguetes.pdf>>. Acesso em: 18 jul.2015.

GALVÃO, Marília. “Piriguite' agora é chique e virou termo de dicionário”. In *iBahia. Salvador*, 03 de setembro, 2011. Disponível em: <<http://www.ibahia.com/detalhe/noticia/piriguite-agora-e-chique-e-virou-termo-de-dicionario/>>. Acesso em: 25 jul.2015.

GARCIA, Othon M.. *Comunicação em Prosa Moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar*. 8. ed. rev.. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1980.

GARCIA, Wilton. Corpo e Cultura Contemporânea. In: \_\_\_\_\_. *Corpo, Mídia e Representação: estudos contemporâneos*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005, p.23-41.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GODART, Frédéric. *Sociologia da Moda*. São Paulo: Senac, 2010.

GOLDENBERG, Mirian. Gênero, “o corpo” e “imitação prestigiosa” na cultura brasileira. *Saúde & Sociedade*, São Paulo, v. 20, n. 3, 2011. p. 543-553, [online]. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-12902011010300001&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-12902011010300001&script=sci_arttext)>. Acesso em: 17 fev.2017.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. *Metodologias Qualitativas na Sociologia*. 6. ed.. Petrópolis (RJ): Vozes, 1999.

JORDÃO, Janaína V. de P.. *Olhai as periguetes: a representação das classes populares na mídia e a estetização da diferença*, 2012. Disponível em: [https://janainajordao.files.wordpress.com/2016/01/gto1\\_jordao.pdf](https://janainajordao.files.wordpress.com/2016/01/gto1_jordao.pdf). Acesso em: 12 jan.2017.

KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia*. Bauru (SP): EDUSC, 2001.  
LANA, Lígia. A popularização da periguite em telenovelas brasileiras recentes. *Revista Rumores*, n. 15, v. 8, jan-jun, 2014. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/83565/86502>> . Acesso em: 17 fev.2017.

LEAL, Ondina Fachel. “Etnografia de audiência: uma discussão metodológica”. In: WILTON de SOUSA, Mauro (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. ECA-USP. São Paulo: Brasiliense, 1995.

LEMONS, Nina. Será que você é piriguite? TPM, 05 mai. 2010. Disponível em: <<http://revistatpm.uol.com.br/reportagens/sera-que-voce-e-piriguite.html>>. Acesso em: 15 jul.2015.

LIPOVETSKY, Gilles. *A Era do Vazio: ensaios sobre o individualismo*. Barueri (SP): Manole, 2005.

MENEGHINI, Carla. Novo dicionário escolar reconhece termos como 'periguite' e 'tuitar'. *G1*, Rio de Janeiro, 02 set. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bienal-do-livro/rio/2011/noticia/2011/09/novo-dicionario-escolar-reconhece-gurias-como-periguite-e-tuitar.html>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

RIOS, Milene. Termo Piriguite ganha espaço em dicionário Aurélio. *Bocão News*, Salvador, 04 set. 2011. Disponível em: <<http://www.bocaonews.com.br/noticias/principal/educacao/19356,termo-piriguite-ganha-espaco-em-dicionario-aurelio.html>> Acesso em: 16 jul.15.

SCHAFF, Adam. Linguagem, Conhecimento e Cultura. In: \_\_\_\_\_, *Linguagem e Conhecimento*. Coimbra: Almedina, 1971, p.247-268.

SOARES, Thiago. Conveniências performáticas num show de brega no Recife: espaços sexualizados e desejos deslizantes de ‘piriguetes’ e ‘cafuços’. *Logos*, v.19, n.1, 2012. Rio de Janeiro: UERJ.

WHITEMAN, Vivian; DINIZ, Pedro. O Brasil tem expertise de fazer roupa de perigete, diz Alexandre Herchcovitch. *Folha de São Paulo*, 11 jun. 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2012/06/1101975-o-brasil-tem-expertise-de-fazer-roupa-de-perigete-diz-alexandre-herchcovitch.shtml>> Acesso em: 21 jul.2015.

XAVIER, Nilson.As Periguetes invadem as novelas. *Uol*, 06 mai. 2012. Disponível em: <<http://nilsonxavier.blogosfera.uol.com.br/2012/05/06/as-periguetes-invadem-as-novelas/>>.Acesso em: 28 jul. 2015.