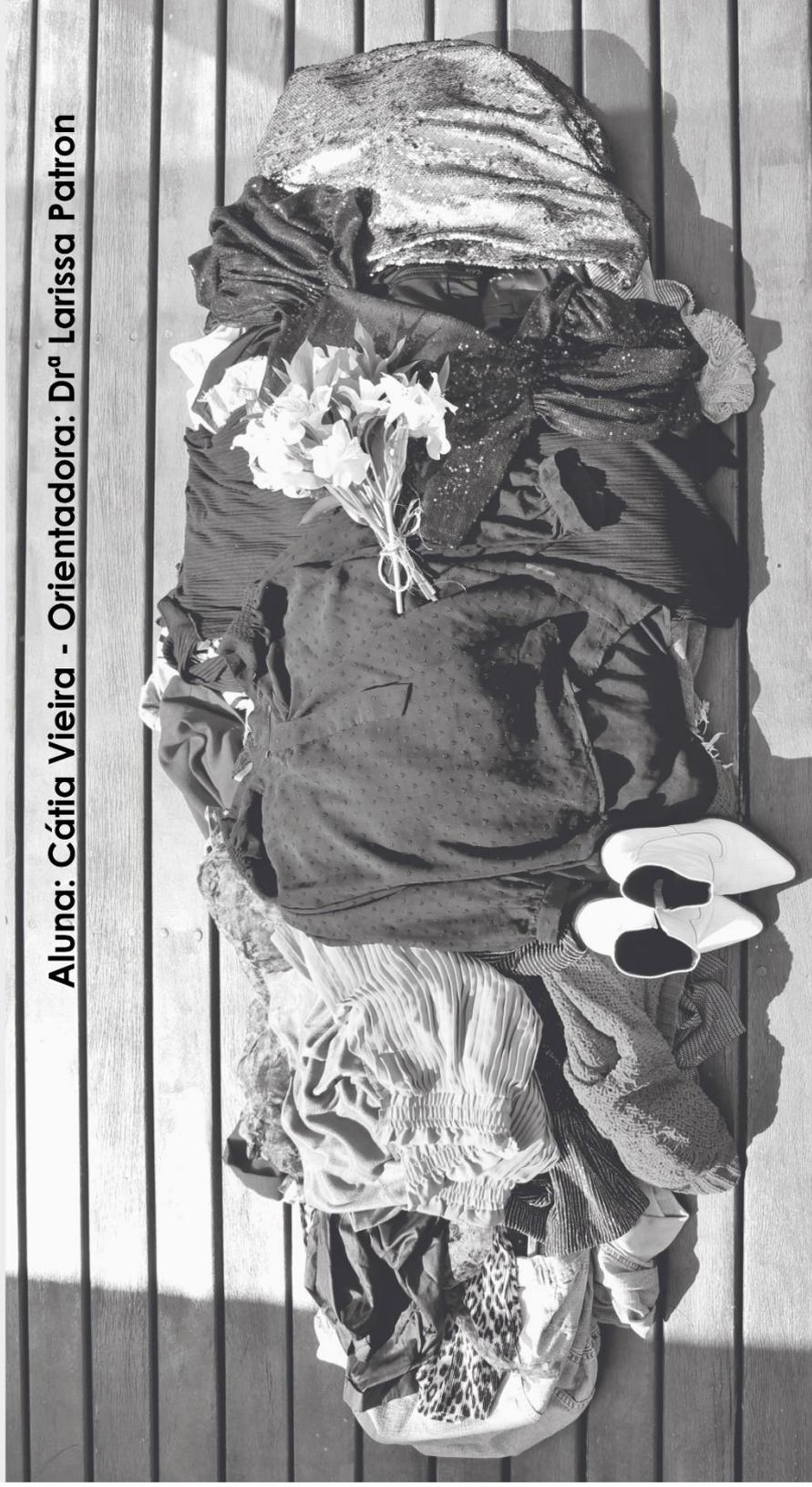


Subjetividade e Indústria Corporal: Um Processo de Ressignificação Intermediado pela Arte

Aluna: Cátia Vieira - Orientadora: Dr^a Larissa Patron





**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
CENTRO DE ARTES
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM ARTES VISUAIS**

DISSERTAÇÃO

**Subjetividade e indústria corporal: Um Processo de Ressignificação
Intermediado pela Arte**

Cátia Vieira

Pelotas, janeiro de 2022

Catia Vieira

Subjetividade e indústria corporal: Um Processo de Ressignificação
Intermediado pela Arte

Dissertação apresentada ao Programa
de Pós-Graduação em Artes Visuais da
Universidade Federal de Pelotas, como
requisito parcial à obtenção do título de
Mestre em Artes.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Larissa Patron Chaves

Pelotas, 2022

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação na Publicação

V657s Vieira, Cátia Maria da Silva

Subjetividade e indústria corporal : um processo de resignificação intermediado pela arte / Cátia Maria da Silva Vieira ; Larissa Patron Chaves, orientadora. — Pelotas, 2022.

118 f.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, Centro de Artes, Universidade Federal de Pelotas, 2022.

1. Indústria corporal. 2. Poéticas visuais. 3. Subjetividade. 4. Arte contemporânea. I. Chaves, Larissa Patron, orient. II. Título.

CDD : 700

Elaborada por Leda Cristina Peres Lopes CRB: 10/2064

Dissertação aprovada, como requisito parcial, para obtenção do grau de Mestre em Artes Visuais, Programa de Pós-Graduação Artes, Centro de Artes, Universidade Federal de Pelotas. Data da Defesa: 23/02/2022

Banca examinadora:

.....
Prof.^a Dr.^a. Larissa Patron Chaves – PPGAV/ UFPel (Orientadora)

.....
Prof.^a Dra. Nádia da Cruz Sena – PPGAV/ UFPel

.....
Prof.^a Rosângela Fachel de Medeiros – PPGAV/ UFPel

.....
Prof.^a Maria Elisa Rodrigues Moreira – PPG em letras – Universidade Presbiteriana Mackenzie

Acredito que quando se perde uma pessoa tão querida e importante em sua vida, nos forçamos a acreditar que existe um lugar melhor. Deste modo, dedico este trabalho a memória de meu pai onde estiver.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meu namorado que esteve comigo me apoiando durante minha perda.

Agradeço a Natalia, amiga querida que me ajudou na realização da poética Também Vitrine, fazendo possível este projeto.

Agradeço minha mãe por me tranquilizar, principalmente por se cuidar durante este período difícil em que todos nós vivemos.

Agradeço a minha orientadora por todo trabalho e apoio na realização desta dissertação.

E agradeço à banca por ter aceitado o convite e estar na conclusão deste trabalho.

RESUMO

A presente dissertação busca investigar a atuação e a influência da indústria corporal na formação da subjetividade feminina contemporânea. A partir de proposta poética, buscamos a reflexão sobre o impacto da moda no cotidiano, destacando os regimes de visualidade e visibilidades vigentes na nossa sociedade. Dessa forma, o trabalho apresenta como problema o impacto da indústria corporal na construção do sujeito mulher, aspectos que desvelam processos da representação feminina, manipulações, violência, inversões e imposições. Ao contextualizar a história da moda na produção poética desenvolvida, buscamos problematizar as formas como as corporações suscitam o desejo ao consumo em massa, e por que são as mulheres os principais alvos dessa indústria, assim como, um levantamento de artistas que apresentam, em suas obras, o discurso sobre o corpo como objeto na manipulação da aparência. A partir da análise realizada sobre os aportes teóricos e artísticos, compreendemos as consequências que o avanço da moda provoca e acarreta sobre a imagem e vida da mulher contemporânea, pelo impacto da promoção do caráter de desejo e de sedução, armadilha da exigência de uma estética provida por revistas, cinema, televisão e posteriormente, pela internet. Para tal fim, utilizamos autores como: Jean Baudrillard (1995), ao abordar o consumo associado à expressão de felicidade; assim como obras de Gilles Lipovetsky (2006; 2017) e Zygmunt Bauman (2001), ao tratar da sedução e espetacularização, consumo e novas técnicas de comunicação, condicionando produção, difusão e consumo, bem como os referenciais artísticos, Vanessa Beecroft, Barbara Kruger, Cindy Sherman e Nazareth Pacheco, referências da proposta poética apresentada nesta pesquisa. A partir da elaboração de narrativas poéticas que têm o corpo e a imagem como suporte, refletimos sobre aprisionamento e empoderamento de papéis sociais femininos na contemporaneidade, assim como a busca por uma nova ressignificação do consumo e formação de subjetividades.

Palavras-chave: Indústria Corporal; Subjetividade; Arte Contemporânea; Poéticas Visuais.

ABSTRACT

The present dissertation seeks to investigate the activity and influence of the body industry in the formation of contemporary female subjectivity. From a poetic proposal, we seek to reflect on the fashion impact on everyday life, highlighting the regimes of visibility and visibilities prevailing in our society. In this way, it presents as a problem the impact of the body industry on the vision of the woman subject, aspects that reveal processes of female representation, manipulations, violence, inversions and impositions. Contextualizing the fashion history in the developed poetic production, I look for discuss the ways corporations evoke the massive consumption desire, and why women are the main targets of this industry, as well as mapping artists who present in their works the discourse about body as an object in the manipulation of appearance. By theoretical and artistic contributions analysing, we understand the consequences that the fashion progress causes and results on the contemporary women image and life, due to the impact of promoting the character of desire and seduction, trap of demanded aesthetic provided by magazines, cinema, television and later on internet. For that purpose, authors such as Jean Baudrillard were used to address consumption related to happiness expression; as well as works by Gilles Lipovetsky (2006; 2017) and Zygmunt Bauman (2001) when dealing with seduction and spectacularization, consumption and new communication techniques, conditioning production, diffusion and consumption, as well as artistic references, Vanessa Beecroft, Barbara Kruger, Cindy Sherman and Nazareth Pacheco, poetic proposal references presented in this research. From poetic narratives elaboration that have body and image as it support, we reflect about the imprisonment and empowerment of female social roles in contemporary times, as well as the search for a new resignification of consumption and subjectivities formation.

Keywords: Body Industry; Subjectivity; Contemporary art; Visual Poetics.

LISTA DE VÍDEOS

Experimento n. 1 - <https://vimeo.com/660292468>

Uma Peça Por Uma História - <https://vimeo.com/651783376>

Indumentária 36 - <https://vimeo.com/665716277>

Cuidado (áudio) Instalação Sonora (2021) - <https://vimeo.com/655046089>

Também Vitrine (2021) - <https://vimeo.com/654772869>

SUMÁRIO

Considerações iniciais.....	9
Capítulo I – SATURAÇÃO DA IMAGEM FEMININA - cultura, aprisionamento e empoderamento.....	14
1.1 A História da moda e o enquadramento do corpo.....	14
1.2 Felicidade em consumo: o corpo e o involucro contemporâneo.....	23
1.3 O refletir e pensar o corpo na arte contemporânea.....	28
Capítulo II – DO COBRIR AO DESPIR – iniciação as poéticas visuais.....	51
Capítulo III – CORPOS POÉTICO - EMANCIPATÓRIOS: despindo representações.....	69
3.1 Uma Peça por uma História.....	71
3.2 Série #.....	80
3.3 Sem Título.....	88
3.4 Indumentária 36.....	92
3.5 Cuidado.....	100
3.6 Também Vitrine.....	105
Considerações Finais.....	112
Referências.....	115

Considerações Iniciais

A moda relacionada à aparência e ao papel social de seus usuários tem seus registros desde a Idade Média na Europa. Entretanto, a prática do “vestir-se bem” e, portanto, do padrão de moda, mesmo como privilégio para poucos, criando e recriando categorias e hierarquias sociais, irá se firmar ao longo do século XX, já em um período contemporâneo no mundo. Será pela vontade de esquecer os horrores da Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945) e pela criação do *prêt-à-porter* (pronto para vestir) que a sociedade será estimulada ao desejo de felicidade imediata e, ainda mais, ao gosto pela moda.

Em sua acepção moderna e contemporânea, moda e vestuário não são sinônimos. Quanto mais próxima a moda se torna do que conhecemos hoje, mais é incumbido a nós mulheres a representá-la e transgredi-la, seja pelas normas estéticas impostas, seja pelo desejo ao consumo.

Afirmando ou forjando a autorrealização através do consumo e da aparência, associada à venda da ilusão de status e de identidade, criada e promovida pelo seu próprio sistema, a moda vem exercendo uma influência enorme na produção de subjetividades feminina.

No mundo contemporâneo, procuramos nos adequar a parâmetros estéticos para nos expressar, e assim alcançar objetivos, amigos, trabalho, status. Caso não cumpramos as regras, nos sentimos excluídas, uma vez que, apesar de julgarmos fazer escolhas, os cânones são impulsionados diante de nossos olhos repetidas vezes, até que, sem que percebamos, imagens fantasmagóricas, tendências e novidades infinitas se valham dos desejos, como preenchimento de realizações a serem perseguidas ou de frustrações a serem superadas. Para evitar a punição ao corpo feminino, necessitamos de todo cuidado, controlado e aperfeiçoado, para moldar-nos a certos padrões divulgados pela indústria da beleza que, visando o lucro, exibem parâmetros estéticos inalcançáveis.

Causando a ilusão de que ao se adquirir algo, teremos satisfação. A frustração ou insatisfação causada pela indústria corporal não está na falta de

produtos, mas sim na multiplicidade de escolhas e status atribuídos aos bens, o que é tão efêmero quanto a própria moda. Deste modo, a satisfação instantânea torna o resultado da indústria satisfatório, estimulando novamente o desejo ao consumo.

A experiência que originou esta pesquisa teve início ainda na minha infância, uma vez que, já envolvida pelo fetiche do vestuário, gostava de brincar de vestir, montava *looks* com peças que buscava no guarda-roupas de minha mãe. Entretanto, em algum momento, essa ação se afastou de uma brincadeira, e, sem que eu percebesse, se tornou dever. Deste modo, o que, enquanto criança, não era um problema, na vida adulta, passou a ser, ou seja, é preciso ter e seguir normas para “ser e estar na sociedade”.

Ao longo da minha formação acadêmica¹, fui aprendendo a dar menos relevância a questões estéticas, que até então me eram caras. A pertinência de trabalhos artísticos, o conhecimento e reconhecimento, principalmente de trabalhos performáticos, acredito terem sido um dos primeiros passos para me reconhecer dentro do campo das Artes Visuais, chegando a me libertar de hábitos e comportamentos que mantinha ao entrar na graduação, e hoje percebo despropositados.

No decorrer desse processo, começo a visualizar a moda por outros aspectos, gerando conflitos internos, causada por identificar seu fetichismo e malefícios, porém insuficientes para superar os anos de cegueira, e continuo a me submeter a ela, ainda que em menor grau.

A investigação, desenvolvida junto ao Programa de Pós Graduação em Artes Visuais/UFPel, teve início na linha de pesquisa de Educação em Artes e Processos de Formação Estética e, em seu decorrer, foi transferida para Processos de Criação e Poéticas do Cotidiano, e consolidou-se a partir da reflexão sobre o impacto da moda no cotidiano feminino, destacando na produção artística os regimes de visualidade e de visibilidades vigentes na sociedade. Dessa forma, apresenta como problema a influência da indústria corporal na construção do sujeito mulher e a contribuição da Arte

¹ Que teve início na graduação de Artes Visuais - licenciatura pela Universidade Federal do Rio Grande (FURG).

Contemporânea, através de proposta poética, para o desvelamento desse processo de imposição.

A pesquisa se justifica pela relevância da discussão no campo das Artes Visuais, no que refere à reflexão sobre o corpo feminino e o invólucro que relaciona a imposição de sua representação social. Tal prática é desvelada pela arte contemporânea, na desconstrução do universo socialmente construído pela nossa sociedade, oferecendo, ao contrário de imagens positivas da experiência do ser mulher, uma representação outra do cotidiano. Nesse sentido, a proposta poética se consolida, dominada por trânsitos e relações, reafirmando um movimento de emancipação de padrões vigentes. Da mesma forma, a pesquisa se justifica pelo fato de perceber, em minha vivência, a influência e manipulação da indústria corporal, sobretudo na minha construção enquanto mulher e na construção de outras subjetividades.

Foram os principais objetivos da pesquisa, contextualizar a história e evolução da moda, no que refere à referência da moda na história da mulher, analisar a indústria corporal, no que refere ao consumo, correlacionar trabalhos artísticos com problemáticas da indústria corporal e realizar produções artísticas poéticas a partir do tema abordado.

A investigação apresenta abordagem qualitativa, em que foram desenvolvidas ações que contemplam a realização de minha produção artística considerando os seguintes tópicos conceituais: investigação da relação da indumentária com a produção de subjetividades no campo das Artes Visuais, buscando na produção artística um contraponto à fetichização, efemeridade e consumo da moda; ênfase na busca por objetos que me trouxessem familiaridade como o tema abordado (revistas, jornais, fitas métricas, linhas etc.); e elaboração de produções no campo aberto da linguagem performática.

Para tanto, trabalhamos com a realização de peças e vídeos que contassem com a narrativa do corpo, questões do feminino e aprisionamento/empoderamento a partir da reflexão sobre papéis sociais adotados e impostos pela sociedade contemporânea.

Esta dissertação está subdividida nas seguintes partes: no capítulo I, apresento um levantamento histórico da evolução e da construção da moda, enfatizo como as mudanças estéticas são seguidas de mudanças sociais comportamentais, e, por último, se apresenta o referencial artístico, na discussão sobre identidade e seus entrecruzamentos com mercado, política, lazer e consumo. Para tecer tais arguições, foram utilizadas obras de Gilles Lipovetsky, um dos primeiros autores que irá retornar ao pensamento de Thorstein Veblen, de moda enquanto caráter social que explica a moda como fenômeno a partir de seus grandes momentos históricos; assim como os autores Lars Sverdsen; Frederic Godart; Dianna Crane e Massimo Baldini, obras que abordam a origem, transformação e difusão da moda, assim como sua compreensão, identidade e exploração nas suas relações com a economia, política, lazer e consumo. É parte da escrita deste primeiro capítulo, a relação da moda e vestuário com a história das mulheres, pontuada por Perrot, Maleronka Galvão. Além de tais formulações, é apresentada a percepção da relação entre moda e “beleza” no mundo contemporâneo, como fator que impulsiona a indústria corporal, enquanto algo que gira em torno das instituições masculinas que visam o lucro, provocam e manipulam ações, levando à causa de distúrbios mentais e comportamentais.

Nesse contexto, propomos investigar a promoção do caráter de desejo e sedução, a armadilha da exigência de uma estética provida por revistas, cinema, televisão e, posteriormente, a internet. As consequências que o avanço da moda provocam e acarretam sobre a imagem e sobre a vida da mulher contemporânea. Para tal fim, utilizamos autores como Jean Baudrillard, ao abordar o consumo associado à expressão de felicidade; assim como obras de Gilles Lipovetsky e Zygmunt Bauman, ao tratarem da sedução e espetacularização, consumo e novas técnicas de comunicação, condicionando produção, difusão e consumo. Por fim, o capítulo apresenta como referencial artístico, Vanessa Beecroft, Barbara Kruger, Cindy Sherman e Nazareth Pacheco, produções que dialogam com o levantamento teórico apresentado anteriormente ao tecerem comentários acerca do status do corpo feminino na contemporaneidade, referências da proposta poética apresentada nesse trabalho.

O segundo capítulo da dissertação se dedica a apresentar minha iniciação nas poéticas visuais, percurso e filiações artísticas, assim como, as primeiras obras produzidas ainda na graduação, como motivadoras iniciais da produção poética desenvolvida nesta pesquisa.

O terceiro capítulo busca fazer a apresentação das poéticas produzidas durante o decorrer do mestrado. Devido ao quadros de transtorno de ansiedade e dislexia que possuo, durante o decorrer deste trabalho, apresentei dificuldade em me fazer entendível por meio da escrita, mas por esta mesma razão que acredito que seja no segundo momento da dissertação que me faço mais ouvida, pois considero ser a parte que demonstro minhas motivações enquanto artista.

As obras foram elaboradas enquanto formas híbridas tendo como suporte a expressão artística performática, linguagem na qual me identifico pela luta e reconhecimento de trabalhos artísticos femininos, e por seus muitos desdobramentos sempre aberta a possibilidades, os quais são embutidos ao aporte teórico apresentado no primeiro capítulo, assim como o referencial artístico.

Deste modo, elaboro as produções buscando criar contrapontos à fetichização, à efemeridade e ao consumo da moda e assim, conscientizar acerca da influência que a indústria corporal exerce sobre as subjetividades.

Os trabalhos serão apresentados por tópicos que condizem como a titulação das obras e, utilizando como fonte “Gesto Inacabado”, de Cecilia Almeida Salles (2011), discorro acerca do processo de criação, percursos criativos, singularidades e perspectivas da construção. Assim, procuro promover uma ressignificação e consciência de consumo da moda, tanto para mim mesma, quanto naqueles que entrarem em contato com os meus trabalhos.

Capítulo I

SATURAÇÃO DA IMAGEM - CULTURA, APRISIONAMENTO E EMPODERAMENTO

1.1 A HISTÓRIA DA MODA E O ENQUADRAMENTO DO CORPO

A indumentária foi se transformando ao longo da história, tanto nas suas práticas de produção, quanto em seu desempenho social. A moda começou a dar seus primeiros passos durante a Idade Média, se afirmando, tal qual a conhecemos hoje, durante o século XX (LIPOVETSKY, 2017).

A França, país que tinha por objetivo econômico concentrar as produções têxteis, criou ainda no século XV um ministério destinado somente a este setor. Com isso, os alfaiates franceses ganharam vantagens e dominaram a concorrência europeia (GODART, 2010, p.41 - 42).

Ainda durante a Idade Média, o desenvolvimento marítimo promoveu no Ocidente o crescimento do comércio e dos bancos, impulsionando a expansão de fortunas burguesas. Querendo compartilhar dos mesmos prestígios dos aristocratas, a burguesia em ascensão começa a utilizar dos mesmos recursos estéticos. As novas famílias abastadas se vestiam como nobres, cobrindo-se de jóias e tecidos preciosos, querendo se valer também da vida luxuosa, desfazendo das restrições de luxo proibida às classes plebeias. Os nobres de sangue se mostraram nem um pouco satisfeitos e, na tentativa de impedir que outras camadas se utilizassem dos mesmos recursos estéticos da aristocracia, começam a se valer das leis suntuárias². Intensificaram as leis e prescrições minuciosas proibiam as classes plebeias de copiar os tecidos e acessórios de nobres, porém por mais que estes decretos tenham sido mantidos em vigor:

² Anteriores a Idade Média, estas leis regulavam que cada estado usasse seu traje que lhe era próprio, e alguns artigos eram reservados à determinada posição social. Uniam Igreja e Estado, regulamentando as roupas, as cores, os tecidos que cada categoria social devia usar. As leis não regulamentavam só vestimentas, mas alimentos, bebidas, materiais preciosos, quase sempre em função de inclusão social, tentando impedir “esbanjamento”, no entanto a nobreza sempre deu seu jeito de transgredir as leis, para exibir luxo.

sabe-se que, apesar das ameaças e multas de que eram acompanhadas, jamais tiveram eficácia e foram muitas vezes transgredidas (...) quanto à burguesia enriquecida, à espreita dos sinais manifestos da respeitabilidade e da promoção sociais, multiplicou ao longo dos séculos as infrações aos regulamentos, adotando tal ou tal elemento do vestuário aristocrático (LIPOVETSKY, 2017, p. 45).

Buscando manter o prestígio, junto ao final da Idade Média, as práticas que envolvem a manufatura do vestuário começam a inverter os padrões de comportamento, especialmente à desvalorização do tradicional em prol das novidades; nascia a moda, fundamentada no desejo dos indivíduos de assemelharem-se àqueles que consideravam superiores, ela reina no vestuário, pois é o lugar no qual se faz mais evidente ao olhar, caracterizada por mudanças permanentes, e servindo para afirmar a superioridade social ao estabelecer os cânones para comunidade;

as modas são sempre modas de classe, que as modas da classe mais alta se distinguem das da classe mais baixa e são abandonadas no momento em que esta última começa a apropriar-se destas (...) a moda, ou seja, a nova moda é apanágio apenas das classes sociais altas. Assim que as classes mais baixas começam a apropriar-se da moda, superando os limites impostos pelas classes altas e quebrando a unidade de sua recíproca pertença assim simbolizada, as classes altas passam dessa moda para outra, com que se distinguem de novo das grandes massas e o jogo pode recomeçar (BALDINI, 2015, p. 66).

Até a Revolução Francesa (1789), a moda não era destinada quase exclusivamente às mulheres. A monarquia frequentava bailes nos quais os homens se vestiam quase tão ludicamente quanto elas. O Modernismo foi um período particularmente extravagante, uma vez que eram usados: penas, pedras preciosas, mangas bufantes, gibão, uma espécie de colete curto acolchoado na frente e apertado para realçar o peito, com ou sem mangas, leques, lenços rendados, pérolas, cintos de ouro, sapatos revestidos com tecidos do vestido, perucas e penteados. Um período, no qual os cacheados compridos por partes dos homens são um exemplo marcante.

No entanto, com o advento da Revolução Francesa, a queda da monarquia, o enfraquecimento da Igreja e o fim da aristocracia, acabou com o

resquício do feudalismo, assim, iniciando uma nova fase de democratização da moda. Neste momento, as leis suntuárias são abolidas com o estabelecimento do decreto de Convenção, declarando a democratização do vestuário e permitindo que as pessoas se vestissem livremente, legitimando “uma realidade já existente há mais de dois séculos nas camadas superiores e médias” (LIPOVETSKY, 2017, p. 45).

A sociedade moderna – pós-revolução francesa foi uma sociedade na qual as classes sociais se tornaram móveis, como consequência de maior possibilidade de ascensão, o homem moderno tornou suas roupas mais simples e leves, abandonando a pretensão de ser belo em prol da prática (FLÜGEL, 1982, p.123 - 124, apud BALDINI, 2015, p. 14). Enquanto o homem se torna símbolo do trabalho, coube à esposa, através do esbanjamento e consumo de superficialidades, a tarefa de evidenciar a capacidade de gastos do marido, e seu sucesso profissional, exibindo, principalmente, através de sua aparência;

numa obra de Balzac, a protagonista, a condessa de Vandenesse, descreve na perfeição a condição da mulher-troféu e do seu papel social. << Para meu marido - confesso a condessa a irmã - eu sou um bengaleiro de seu luxo, o estandarte de suas ambições, uma das satisfações da sua vaidade (BALDINI, 2015, p. 68).

De maneira faustosa ou modesta, as mulheres eram as responsáveis por recepções à sociedade, e à medida que se tornam menos confinadas no ambiente doméstico, os custos com roupas aumentam. As mulheres casadas da classe média gastam parte considerável da renda para representarem sua família na comunidade, assim, a esposa cumpre a sua função de complementar o homem.

Quando as primeiras imprensas especificamente femininas surgem em meados do século XVIII, as revistas, além de ajudarem a ocupar as mulheres em casa, contribuíam para divulgação de modelos que as senhoras da alta roda vestiam e informam, dos últimos modelos em voga parisienses, servindo de difusor da moda ao mundo (BALDINI, ibidem, p. 15).

Em 1858, o comerciante Charles Frederick Worth estabelece um ateliê em Paris e passa a assinar suas próprias criações. Pela primeira vez, modelos inéditos, preparados com antecedência e apresentados aos clientes em um salão era uma realidade, ajustando a suas medidas seguinte à escolha, mais tarde esse método foi denominado “Alta Costura” (LIPOVETSKY, 2017, p. 82).

Worth promoveu a emancipação do costureiro, saindo de artesão, que por mais ilustre que fosse, trabalhava à ordem e gosto do cliente; agora, ele passou a ser um criador livre, verdade que ainda respondem a preferências estéticas e dependem da aceitação dos clientes, não permitindo que as criações se afastem muito do que estava sendo produzido no geral. Mas passaram a criar e assinar suas produções, restando ao cliente, somente realizar a escolha.

Nesse momento, as mulheres começaram a se tornar simples compradoras, ainda que de luxo. Reduzidas ao papel de consumidoras, as mulheres ricas não deviam trabalhar, nem dentro, nem fora de casa, para mostrar que não tinham necessidade de ganhar a vida. Suas roupas deveriam ser ornamentais e nada práticas; corpetes e saias compridas tornavam o movimento difícil e inibiam ações corriqueiras, indicando que aquela que veste possuía empregados. Para as mulheres que ocupavam outras posições sociais, as roupas eram problemáticas de várias formas; ainda assim, mesmo com menos recursos econômicos, as mulheres da classe média tentavam copiar as roupas em voga que as abastadas vestiam (CRANE, 2013, p.48).

Com o sucesso da Alta Costura, grande ditadora da moda até a criação do *prêt-à-porter*³, as revistas fizeram ainda mais sucesso no século XIX. Segundo Grane (2013, p.396), as mulheres procuravam por bons conselhos de moda e examinavam os figurinos para reproduzirem elas mesmas ou mandarem fazer, muitas revistas disponibilizavam moldes de papel em tamanhos reais, apesar disso, até o final do século, os modelos ainda eram exibidos em desenhos estilizados.

³ *Prêt-à-porter* - “pronto pra vesti”, produzido industrialmente e com fabricação em massa; que a moda contemplará de fato todas as classes. Criado pelo estilista francês J.C Weil, no final de 1949, *prêt-à-porter* buscava libertar a confecção de sua má imagem.

O crescimento dos exemplares despertou interesse de patrocinadores em busca de captar consumidoras. Segundo Wolf (2020, p.33), com a fotografia se popularizando a partir da metade de 1840, anúncios com imagem de mulheres “belas” invadiam a esfera da classe média, as mulheres ocidentais passaram a ser controladas com estereótipos do que seria uma mulher atraente. Além da beleza, elas que já começavam a se tornar consumidoras passivas, passaram a ter seus gostos e compras guiadas pelos anúncios, que unindo moda e casa, ditavam como se vestir e cuidar do lar.

Apesar de passarem o dia em casa, não podiam se descuidar da aparência, não era bem-visto que a esposa fosse muito vaidosa, mas era;

Fundamental que ela cuidasse em manter boa aparência, pois se embelezar era uma obrigação: A caça já foi feita, é preciso tê-la presa ou Um homem que tem uma esposa atraente em casa esquece a mulher que admirou na rua, eram ditados recorrentes (PRIORE, 2014, p. 69).

A mulher da classe média cuida da casa, dos filhos, cozinha, perfeitamente arrumada e espera o chefe da família chegar do trabalho. Preparou um jantar especial, acompanhado de um bom vinho, colocou um vestido novo, nenhum comentário, nenhum elogio. Jantar na casa do chefe, a esposa precisa estar impecável: “coloque aqueles brincos que lhe dei em nosso aniversário de casamento, faz vista aos olhos”. Essa é uma das funções da moda; sendo ela, resultado do anseio da diferenciação de classes, ao apresentar recursos sociais, indica um status e reforça uma afiliação a um grupo social, para isso certos adornos em particular são úteis, podendo indicar mais do que se tem.

A primeira onda do feminismo⁴ caracterizou-se pelo movimento sufragista e revolta dos operários. As pautas atuavam em defesa da igualdade entre homens e mulheres, que, por serem iguais, deveriam ter as mesmas oportunidades de estudo, trabalho, igualdade jurídica; reivindicavam por melhores condições de trabalho, redução da jornada e pela conquista de direitos

⁴ Refere-se a um período do século XIX e início do século XX em todo o mundo, em particular em países como França, Reino Unido, Canadá, Países Baixos e Estados Unidos.

políticos – o voto, a participação na vida pública e oposição a casamentos arranjados.

O sucesso das revistas, junto às mulheres, as levou a serem produzidas na imprensa em pequenas quantidades, com isso, pouco a pouco, além dos conselhos de moda, se abriram brechas em zonas até então proibidas, trechos banais escondiam desejos de emancipação pela educação, saber, trabalho (PERROT, 2019, p.33). Com os avanços dos séculos XIX e XX, surgem as primeiras imprensas feministas engajadas;

As feministas têm consciência do papel da imprensa na opinião pública. Elas tomam esse atributo com profissionalismo e com muito idealismo. Recusando-se, por exemplo, a adotar o sobrenome do marido, as mulheres se apresentam apenas com o primeiro nome. Marie-Jeanne, Désirée, Eugénie, Claire e outras entram em cena, em duas fases distintas: em 1830-1832, a imprensa sansimonista – *La Femme libre* - põe em primeiro plano a reivindicação dos direitos civis (direito ao divórcio) e da liberdade, sentimental, amorosa, sexual, que ecoa nos de George Sand *Indiana* (1832) e Lélia (1833), tanto quanto na própria vida dessa escritora (ibidem, p.34).

Simultaneamente a estas ideias liberais, o século XIX é o século da era industrial e urbana. O capitalismo acelerado avançou com a Revolução Industrial, iniciada na Inglaterra no século XVIII, com a introdução dos primeiros teares mecânicos. Os trabalhadores com experiências manuais resistiam aos empregos nas fábricas, devido aos salários baixos (PERROT, 2017, p. 35). Entretanto, o trabalho artesanal foi sendo substituído gradativamente pelo uso de máquinas que produziam em série, utilizando mão de obra menos especializada, assalariada e mais barata.

Com a expansão da industrialização no final do século XVIII e início do século XIX, as mulheres foram sendo inseridas na indústria, devido a necessidade de mão de obra de baixo custo. O trabalho feminino era monetariamente desvalorizado, assim altamente lucrativo.

Conjugado, naquele mesmo século, nascem os questionamentos socialistas, os quais são incorporados às questões femininas. O socialismo

possuía consciência de que as mulheres sofriam na família e na sociedade, e das péssimas condições a que eram submetidas para ter acesso a trabalho remunerado. Da mesma forma, enxergava nas operárias, além da classe, uma mobilização de recrutamento, que buscava, junto ao movimento, o reconhecimento de seus direitos. Entre as pautas, o direito ao voto.

O movimento encorajava a agitação, como ação para tornar as mulheres ativas na luta. Essa mobilização feminina pode ser observada na obra “Parque Industrial”, de autoria de Patrícia Galvão, militante que participou do Partido Comunista⁵, escritora destaque do movimento modernista. Através do seu pseudônimo, Mara Lobo, uma vez que foi por exigência do Partido Comunista, “Parque Industrial” foi publicado pela primeira vez em 1933; a obra retrata o início do processo de industrialização na cidade de São Paulo, a exploração na qual os trabalhadores eram submetidos, em especial as mulheres, trabalhadoras das indústrias têxteis. Na obra, Rosinha operária, com consciência de classe e militante do Partido Comunista, aproveita seus intervalos para tentar propagar as ideias do partido entre os colegas;

Na grade ajardinada um grupo de homens e mulheres procura uma sombra. Discutem. Há uma menina calorosa. As outras fazem-lhe perguntas.

Um rapazinho se espanta. Ninguém nunca lhe dissera que era explorado.

- Rosinha, você pode me dizer o que a gente deve fazer?

Rosinha Lituana explica o mecanismo da exploração capitalista.

- O dono da fábrica rouba de cada operário o maior pedaço do dia de trabalho. É assim que enriquece à nossa custa!

- Quem foi que te disse isso?

- Você não enxerga? Não vê os automóveis dos que não trabalham e a nossa miséria? (GALVÃO, 2013, p.15 - 16).

⁵ Casada com Oswald de Andrade após ele, se divorciar de Tarsila do Amaral, Galvão junto com Oswald filiou-se em 1930 ao Partido Comunista (PCB). Foi o início de um período de intensa militância política. Em março de 1931, o casal fundou o jornal "O Homem do Povo", que apoiava "a esquerda revolucionária em prol da realização das reformas necessárias". Galvão, participou ativamente de uma greve de estivadores na cidade de Santos, onde foi presa pela polícia de Vargas, tornando-se a primeira presa política da história do Brasil, sendo libertada em 1933, quando publicou, sob o pseudônimo de Mara Lobo, o romance Parque Industrial, que foi considerado o primeiro romance proletário da literatura brasileira. Separou-se de Oswald de Andrade e começou a trabalhar no jornal "A Plateia". Durante a revolta comunista de 1935, foi presa e torturada outra vez, cumpre cinco anos, ao sair Patrícia rompe com o partido.

Contudo, apesar da exploração e opressão a qual eram submetidas, segundo Perrot (2019, p. 119), “o têxtil foi o grande setor de emprego das mulheres, nas fábricas e nos ateliês”. No contexto brasileiro, antes das máquinas; reforma de roupas, encomendas de rendados e bordados para enxovais permitiam a combinação de vida doméstica e renda extra, uma vez que as mulheres podiam realizar o ofício sem horário fixo (MALERONKA, 2007, p. 48). Com o processo de êxodo rural, muitas imigrantes encontraram oportunidade de empregos no artesanato ou em ateliês de costura, trabalhando como aprendizes para modistas e, posteriormente, nas fábricas têxteis; e acompanhado a introdução das máquinas ocorreu uma rápida expansão de produção, a grande quantidade tornou as roupas gradualmente mais baratas e acessíveis, resultando no crescimento do comércio, oferecendo empregos, principalmente às mulheres.

A novidade do século XIX foram as lojas de departamento ou grandes armazéns que se proliferaram no século XX, assim como os shopping centers. Na França, as jovens que conseguiam emprego de vendedoras nesses novos estabelecimentos “eram chamadas de ‘rainha do proletariado urbano’”, por causa das suas indumentárias luxuosas, incluíam, por exemplo, botas de couro, chapéus elegantes.” (CRANE, 2013, p. 128). Contudo, apesar do avanço no mercado de trabalho, conquistando novos setores e profissões, segundo Perrot (2019, p.127 - 128) os empregos eram marcados pela persistência do caráter feminino, o devotamento, a solicitude, o sorriso. As jovens que ingressaram no mercado deveriam ser solteiras e disciplinadas isso, claro, incluía a aparência, deste modo, junto à libertação profissional feminina, emerge uma sexualidade comercial;

Em junho de 1966, a NOW foi fundada nos Estados Unidos, e no mesmo ano os seus membros fizeram manifestações contrárias a demissão de comissárias de bordo aos 32 anos quando se casassem. Em 1963 a comissão de igualdade de oportunidades no emprego começou a realizar audiências sobre a discriminação sexual (...) mulheres que tinham se politizado na época da universidade entravam no mercado de trabalho determinadas a ter como prioridade as questões femininas (...) longe da efervescência, mas bem informada quanto a ela, a jurisprudência foi se formando em silêncio (...) em 1972, foi estabelecido que há “beleza” era algo que podia, sob o ponto de

vista legal, fazer com que as mulheres ganhassem ou perdessem um emprego (WOLF, 2020, p. 55).

Quando a segunda onda do movimento feminista⁶ desmontou ficções quanto ao papel natural da mulher, a “família reunida” perdeu seu sentido, uma vez que as mulheres começaram a ocupar as universidades, invadir o mundo dos negócios, explorar sua liberdade sexual, ganhar as ruas, queimar sutiãs e saírem em massa de dentro de casa;

Como o movimento das mulheres conseguira desfazer a maioria das outras ficções necessárias da feminilidade, a função do controle social, que antes se distribuiu por toda a trama dessas lendas, precisou ser colocada para o único fio que permanecia intacto, o que reforçou imensamente. Voltaram a ser impostos ao corpo e ao rosto das mulheres liberadas todas as limitações, os tabus e as penas de leis repressoras, das injeções religiosas e da escravidão reprodutiva já que não exerciam uma influência suficiente. A ocupação com a beleza, trabalho inesgotável, porém efêmero, assumiu o lugar das tarefas domésticas, também inesgotáveis e efêmeras (Ibidem, p.34).

Wolf (2020, p.34 - 35) indaga como pode ser mais fácil enfraquecer a mulher ocidental sob o ponto de vista psicológico, justo agora que estamos mais fortes sobre o aspecto material?

A segunda onda do feminismo conseguiu derrubar a feminilidade estabelecida pelas revistas, e por um certo período, as vendas despencaram. Em consequência das mulheres avançando cada vez mais barreiras, adquirindo liberdade e maior poder aquisitivo, tudo que restou foi o corpo. Atendendo ao temor político das instituições dominada pelos homens, instituições ameaçadas pela liberdade das mulheres, para tirar delas o que desejavam, recorreram à sofisticação tecnológica, censurando os rostos e corpos verdadeiros, e disseminando milhões de imagens do ideal em voga (WOLT, 2020, p. 37).

Para tanto, as revistas tiveram que se reinventar; restando apenas o corpo “como ressurgimento do movimento feminista, a Vogue apresentou em 1969 - em tom esperançoso talvez desesperado - o Visual Nu” (Ibidem, p. 104). A partir

⁶ Começou na década de 1960 nos Estados Unidos e se espalhou por todo o mundo ocidental e além. Ela foi precedida pela primeira onda do feminismo e sucedida pela terceira onda do feminismo.

de tais acontecimentos, as revistas começaram a focar, tanto nas roupas, quanto no corpo, a moda passou a exibir mais a pele, o vestuário, que tinha no pudor uma das razões de uso, fez do corpo significado de si, redefinindo o nu.

A quantidade de anúncios cresceu, os rendimentos, em sua maioria, já não vêm da venda de capas ou assinaturas, mas de anúncios que agora ocupam cerca de três vezes mais páginas que o material editorial numa edição normal da Vogue (SVENDSEN, 2010, p. 186). Desta forma, as revistas buscam agradar, tanto os anunciantes, quanto os consumidores, para reforçar o público e manter o lucro as edições tomam um formato que dificulta distinguir publicidade e material editorial, no qual um complementa o outro.

Se anteriormente a sociedade esperava da mulher que fosse boa esposa, mãe e dona do lar exemplar, a nova imagem do século XXI é da mulher bem-sucedida com seu emprego em tempo integral, a qual concilia com a casa, e ainda reserva um tempo para cuidar da manutenção da aparência, como se fosse possível de esquecer, com a publicidade ganhando cada vez mais espaço, na mídia, revistas, televisão e internet.

1.2 FELICIDADE EM CONSUMO: O CORPO E O INVOLUCRO CONTEMPORÂNEO

Segundo Jean Baudrillard (1995, p. 47), desde a Revolução Industrial e as revoluções do século XIX, instalou-se uma virulência à felicidade na sociedade moderna. Uma noção de felicidade que não deriva da inclinação natural de cada indivíduo para realizar por si mesmo, mas advém de uma exigência de igualdade, sempre a propósito de critérios do mensurável, do bem-estar e visível.

O consumo associou-se à expressão de felicidade, os objetos perderam sua função ou necessidade definida, assumindo agora valor de signo, correspondendo a outra coisa, quer seja lógica social, quer seja lógica do desejo, servem o campo móvel e inconsciente de significações (Ibidem, p. 77).

O vestuário, enquanto objeto/signo, substitui suas funções inicialmente prestadas (proteção, adorno e pudor), assumindo uma dimensão psicológica. Encadeado por significantes/sintomas, passamos a consumir por meio dos produtos a abstração de elegância, renovação, confiança, vitalidade e feminilidade, não encontrando mais a finalidade racional, mas o desejo, encarnado na marca. No entanto, segundo Lipovetsky (2017, p. 203), mesmo o sucesso de grifes não se explica somente pela boa qualidade, mas se:

(...) dá testemunho também da tendência neonarcísica de se dar prazer, de um apetite crescente de qualidade e de estética em categorias sociais ampliadas, que se privam em certos domínios e se oferecem, por outro lado, uma “extravagância”, o prazer da excelência técnica, dá qualidade e do conforto absolutos.

Com a felicidade deixando de depender apenas de nossas competências pessoais; ou ao menos não como deveria, depois que a moda se aproximou da valorização de si, pela sedução e juventude, o mais importante já não é estar mais próximo possível dos últimos cânones, ou exibir excelência social, mas valorizar a si mesmo, agradar, surpreender. Vivemos hoje para excetos momentos de realização e, para as mulheres, estes momentos recaem sob a aparência e o consumo.

Espalhadas por todas as partes, campanhas empenham-se por se dirigir a cada uma de nós como amiga, “como superego, como voz interior, servindo-se de modo de confissão. Suscita assim intimidade” (BAUDRILLARD, 1995, p. 171), encorajando a escolha de estilos de vida, ao mesmo tempo que impõem padrões, apresentando imagens utópicas, sedutoras, de sucesso e prestígio vinculada às marcas, influenciando a existência das pessoas, principalmente às mulheres, maiores alvos publicitários.

Segundo Crane (p. 463), a indústria e a imprensa da moda constroem seus objetivos insinuando às consumidoras a possibilidade de elas terem a aparência que desejam, ao mesmo tempo que impõem padrões, de modo que o gozo por completo é impedido já que não é de interesse que as consumidoras deem conta de corresponder aos padrões espetaculares estabelecidos, que promovem, antes mesmo das peças chegarem às lojas, um mal-estar, devido o distanciamento do real e ideal, promovido como verdade absoluta.

Desde que Worth apresentou em seu ateliê a Alta Costura em um desfile utilizando manequins vivos, inaugurou-se uma teatralização da mercadoria, tornando a moda além de criação, espetáculo publicitário, aperfeiçoada pelas estratégias de encenação: luzes, poses retorcidas e exageradas; cenários e modelos cada vez mais jovens etc. Todo lúdico depois do século XIX foi delegado à publicidade, a qual se renova junto com as coleções, sempre híbrida, tornando as peças mais atraentes e apetitosas.

As roupas deixaram de ser o centro das campanhas publicitárias, pois “em vez de apresentar roupas, busca-se cada vez mais apresentar uma imagem em que o corpo do modelo é representador de modelos simbólicos” (SVENDSEN, 2010, p. 88). Em consequência, a moda tornou o corpo sujeito, fez dele símbolo de consumo, o corpo se tornou o mais resplandecente de todos os objetos;

A sua <<redescoberta>> após uma era milenária de puritanismo, sob o signo de libertação física e sexual, a sua onnipresença (em especial, do corpo feminino -ver-se-á porquê) na publicidade, na moda e na cultura das massas - o oculto higiênico, dialético e terapêutico com que se rodeia, a obsessão pela juventude, elegância, vitalidade/feminilidade cuidados regimes, prática sacrificiais que com ele se conectam, o Mito do Prazer que o circunda - tudo hoje testemunha que o corpo se tornou objeto de salvação. Substitui literalmente a alma, nesta função moral e ideológica (BAUDRILLARD, 1995, p. 135).

Em 1984, Richard Avedon declarou que seu papel como fotógrafo da Vogue constituía em “vender sonhos e não roupas” (SVENDSEN, 2010, p.131). Essa frase ilustra parte significativa do circuito dos objetos signos, responsável pela atração criada entre produtor e consumidor. As corporações, cuja preocupação eminente é gerar necessidades de consumo, utilizam da publicidade vinculada a várias mídias como um espaço de sedução, oferecem um celebrado entretenimento visual, superando os produtos e reforçando com uma beleza mágica, supervalorizam a boa forma do corpo feminino, relacionando a aquisição do corpo perfeito à imagem da mulher bem-sucedida, saudável e feliz; dessa forma, levando as consumidoras a pensar que se preocupam com o melhor para elas, ao associar cosméticos, maquiagens, roupas, produtos de dieta; a mudanças de comportamento e autotransformação

de uma nova identidade ao consumir (KELLNER, 2001, apud BORIS; CESÍDIO, 2007, p. 461)⁷, orientando que a felicidade é adquirida através do investimento na boa forma e no consumo de produtos de imagem corporal (ANDRADE; BOSE, 2003, p. 188). Em consequência, enquanto os homens podem ir aonde quiserem somente trajando um terno, as mulheres consideram como parte importante para serem bem-sucedidas gastarem uma parcela considerável do salário com roupas e manutenção da aparência, investindo junto aos seus compromissos profissionais, no culto à beleza (WOLF, p. 84).

Mas se por um lado “é provável que a natureza se distinga da indústria: por um lado, a indústria se opõe à natureza, por outro, absorve os materiais dela; por outro, ainda, ela lhe restitui seus resíduos” (DELEUZE; GUATTARI, 2010, p.15). Se na modernidade o corpo dócil era disciplinado para produção, na sociedade pós-industrial, na qual as mídias e a tecnologia se renovam a todo instante, análogo agora, o corpo atua pela sedução e espetacularização; condicionando produção, difusão e consumo sendo, tanto produtor, quanto consumidor. Lipovetsky (2006, p.43 - 44) acusa que vivemos hoje uma cultura da personalidade, com o corpo se tornando indivíduo, nunca se teve tanta liberdade, mas ao mesmo tempo nunca se precisou fazer tão visível. A lógica da sedução cultiva a personalização da espontaneidade, cultura psi, estimula as pessoas a serem “mais” elas mesmas, a “sentirem”, a se analisarem, a se libertar dos papéis e dos “complexos”, resumidamente, excitando os indivíduos na busca por experiências e as manifestarem (LIPOVETSKY, 2006, p. 5).

A aparência é constantemente pressionada a ser exteriorizada por meio da sedução, logo, a imagem se torna serviço, o corpo torna prótese de si, não basta consumir e buscar o corpo perfeito, é preciso exhibir, se colocar para fora, para se tornar si mesmo (BRETON, 2017, p. 29), “tal é o primeiro sentido de processo: inserir o registro e o consumo na própria produção, torná-los produções de um mesmo processo” (DELEUZE; GUATTARI, 2010, p. 14).

A cultura do consumo é favorecida e difundida pelas novas técnicas de comunicação por meio de nossa exposição que se modifica e modifica; do

⁷ Kellner, D. (2001). *A cultura da mídia*. Bauru, SP: EDUSC.

consumo de afiliação social de si própria, assinaladas a produção, atuando no consumo e na difusão, as mulheres acabam por exercerem papéis, tanto de objeto de adoração, quanto adoradoras; tornando-as produtos de “comoditização”, delegando a tarefa de impulsão da “vendabilidade”, se obtendo qualidades para as quais já existe uma demanda de mercado, ou reciclando as que já se possui, transformando-as em mercadorias para que a demanda se mantenha sendo criada (BAUMAN, 2008, p. 75).

As redes sociais são os mais novos alvos publicitários; utilizados para fins lucrativos, ainda mais sedutores que os anteriores, ao entrarmos nos novos “templos” de consumo, tendemos a fazer de nossas vidas também uma obra, ao exteriorizar uma identidade que muitas vezes nem é a nossa, que segue os mesmíssimos padrões estabelecidos pelos objetos de consumo. No entanto, segundo Bauman (2001), ao examinar as biografias, percebe-se que as identidades que vistas de fora, as quais parecem fixas, sólidas e coerentes, se mantêm por adesivos de fantasias:

[...] quando pessoas de quem sabemos “vistas à distância [sua] existência parece ter uma coerência e uma unidade que na verdade não pode ter mais que parece evidente ao espectador”. Isso é uma ilusão de óptica. A distância (quer dizer, a pobreza de nosso conhecimento) borra os detalhes e apaga tudo que não se encaixa na Gestalt. Ilusão ou não, tendemos a ver as vidas dos outros como obras de arte (2001, p. 106).

Conforme a pesquisa “O Perfil de Consumo das Mulheres Brasileiras”⁸, realizada em 2016 pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), 64,8% das brasileiras entrevistadas admitiram já terem mudado seus hábitos de compra por causa das redes sociais. Ou seja, estas plataformas afetaram de alguma forma o comportamento de consumo dessas mulheres e com o constante aumento de usuários, essa marca já deve ter sido ultrapassada.

Nesta nova sociedade de consumo, operada pela cultura da sedução, “a subjetividade feminina atua pela estética, o corpo que antes era escondido, deve ser agora amado, cuidado, exibido (...) a sedução amplia os ser-sujeito”

⁸ A série de pesquisas “O Perfil de Consumo das Mulheres Brasileiras” abrangeu 810 mulheres com idade igual ou superior a 18 anos, de todas as classes sociais em todas as regiões brasileiras. De acordo com os dados obtidos, 94,3% das entrevistadas utilizam as redes sociais. A margem de erro é de 3,5 pontos percentuais para um intervalo de confiança a 95%.

(LIPOVESKY, 2006, p.13), em vista disso, se precisa investir em tempo, talento e dinheiro, assim as mulheres se encarregam da égide dos “modelos diretivos”, assim como de manter a mercadoria temporal.

1.3 REFLETIR E PENSAR O CORPO NA ARTE CONTEMPORÂNEA

Na contemporaneidade, o culto ao corpo magro é tão opressivo que, até mesmo as modelos têm dificuldade de corresponder às normas. Para exercer o sonho contemporâneo, muitas jovens se submetem a procedimentos estéticos, e dietas absurdas, André Carvalhal⁹ declarou que:

Até começar a trabalhar com moda, nunca tinha ouvido falar em anorexia. Logo na primeira semana de trabalho, conheci duas estilistas que haviam superado a doença, mas que como seqüela mantiveram o vício por exercícios físicos exaustivo e o sentimento de culpa toda vez que comiam (2016, p.6 8).

A artista Italiana Vanessa Beecroft (Genova - 1969) sofreu de anorexia desde seus 12 anos, escrevendo em um diário entre 1983 a 1993, anotações de tudo que comia, inclusive adicionava notas sobre os sentimentos de culpa que experienciou, visitas psiquiátricas e sobre seus pais. Em 1993, começou a realizar apresentações, pois tinha a sensação de que a pintura não era o meio apropriado para tratar fielmente um assunto tão vivo como a anorexia, e os mitos que cercam o corpo magro. Partindo de sua experiência com uma série de transtornos alimentares, a artista idealizou sua primeira apresentação performática, VB01.

Na ocasião, Beecroft convidou um grupo de 30 mulheres a vestirem suas roupas e desfilarem durante um longo período, em uma das salas da Galleria Inga-Pin, em Milão. Desde então, a artista vem realizando seus VB - sigla que

⁹ Professor de moda no Instituto Europeo di Design (EID) do Rio de Janeiro, professor de cursos de extensão e pós-graduação em marketing e branding de moda na Escola Superior de Programação e Marketing (ESPM), e na fundação Getúlio Vargas (FGV) e facilitador de cursos livres na Perestroika, no instituto Rio moda e no polo de pensamento contemporâneo. Foi gestor de marketing e conteúdo das marcas FARM e Foxton e fundador da Malha, maior espaço colaborativo de moda do Brasil, e diretor criativo da marca AHLMA.

representa Vanessa Beecroft, seguida do número cronológico da apresentação, que acaba por remeter a produtos em série, se referindo a um status corpo-objeto que a sociedade tanto consome.

Fig. 1: Vanessa Beecroft, VB01, Galleria Inga-Pin, Milão, Itália, 1993



Fonte: <http://www.ahmagazine.es/vanessa-beecroft/>. Acesso: 05/02/2021

As ações apresentam imagens coreografadas, que desempenham uma estrutura de *tableau vivant*¹⁰. As apresentações, normalmente, são realizadas por um grupo de mulheres, que apresentam traços de semelhança entre elas, remetendo a modelos de passarela, por vezes exibidas despidas.

Durante as performances, sem demonstrar nem uma individualidade, as modelos permanecem caladas e seguem instruções da artista. As coreografias, documentadas por meio de filmes e fotografias, são pensadas para localizações específicas, como o *site specific*¹¹, por vezes, se relacionando com questões culturais, sociais e políticas dos lugares realizados.

¹⁰ Expressão Francesa que significa “quatro vivo” ou “imagem viva”, a qual define a representação de uma cena estática contendo um ou mais atores ou modelos. Estaticamente silenciosa, combina aspectos do teatro e das artes visuais.

¹¹ Método artístico em que se concebe uma obra de arte ao seu local de exposição, criada de acordo com o ambiente e com um espaço determinado. Trata-se, em geral, de trabalhos planejados - muitas vezes fruto de convites - em local certo, em que os elementos esculturais

Fig. 2: Vanessa Beecroft, VB45, Viena, Áustria, 2001



Fonte: <http://www.ahmagazine.es/vanessa-beecroft/>. Acesso: 05/02/2021

Ao observar a trajetória de Beecroft, percebe-se que suas modelos se apresentam cada vez mais despidas. No entanto, embora nuas, os trabalhos evidenciam recursos como perfil de modelos, utilização de maquiagem, tratamento na pele e cabelo, artigos que realçam os corpos, poses, ângulos, iluminação e posturas estáticas, características de editais fotográficos, realizando por meio da performática, aproximações entre a arte e a linguagem da moda.

Em 2008, Beecroft realizou uma performance na festa de lançamento do álbum “808s & Heartbreak”, a convite do rapper Kany West, a partir de então, além das colaborações com o músico, vem realizando distintos projetos para diversas casas da moda. Em 2016, desenvolveu a campanha da coleção “*Rockstud Untitled*” da marca italiana Valentino. Ainda no mesmo ano, colaborou

dialogam com o meio circundante, para o qual a obra é elaborada, assumindo característica não-transportável.

com Tod's, realizando uma performance para o lançamento da coleção na semana da moda de Milão. Em 2018, desenvolveu a exposição "Self 02", em colaboração com a marca Saint Laurent, apresentada na Art Basel-Miami. Em 2019, a marca Moncler convidou a artista para realizar uma performance na inauguração da Moncler House of.

Fig. 3: Vanessa Beecroft , VB Untitled, performance para Valentino, New York Academy of Arts, Estados Unidos, 2016.



Fonte: <https://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2016/04/vanessa-beecroft-assina-performance-fashionista-de-pre-fall-da-valentino.html>. Acesso: 05/02/2021

Por um lado, as colaborações permitiram que a artista atingisse um novo público, mas por outro, foi questionada por colocar em risco sua relação com o mundo da arte. Na obra *Espectador Emancipado*, Jacques Rancière (2012) questiona o que torna uma imagem intolerável? Em seguida, lança uma segunda pergunta: será tolerável criar tais imagens ou propô-las à visão alheia?

Pensemos em uma das últimas provocações do fotógrafo Oliviero Toscani: o cartaz que mostrava uma jovem anoréxica nua e descarnada, afixado por toda a Itália durante a semana da Moda de Milão em 2007. Alguns a saudaram como denúncia corajosa, mostrando a realidade do sofrimento e da tortura oculta por trás das aparências da elegância e do luxo. Outros denunciaram essa exibição da verdade do espetáculo como uma forma ainda mais intolerável de seu reinado, pois, sob a máscara da indignação, ela oferecia ao olhar dos observadores não só a

bela aparência, mas também a realidade abjeta. O fotógrafo opunha à imagem da aparência uma imagem da realidade. Ora, a imagem da realidade é que é suspeita, por sua vez. Considera-se que o que ela mostra é real demais, intoleravelmente real demais para ser proposto no modo da imagem. (Ibidem, 2012, p. 83).

Rancière (2012) critica que não se trata só de respeito pela dignidade da pessoa, mas a imagem é inapta à crítica, uma vez fazendo parte do regime de visibilidade daquela realidade. Então o que diferenciam os VB de tal fotografia? São eles tão inaptos, uma vez que Beecroft também os idealiza para campanhas de moda.

Segundo Carvalho (2020, p. 261), em dezembro de 2015, a revista Elle Brasil lançou uma edição especial sobre moda e feminismo, dividindo opiniões. Na carta de abertura, abordou o resgate da consciência sobre o feminismo e da necessidade da coerência em discursos, admitindo a responsabilidade das revistas de moda em objetivarem as mulheres e imporem padrões.

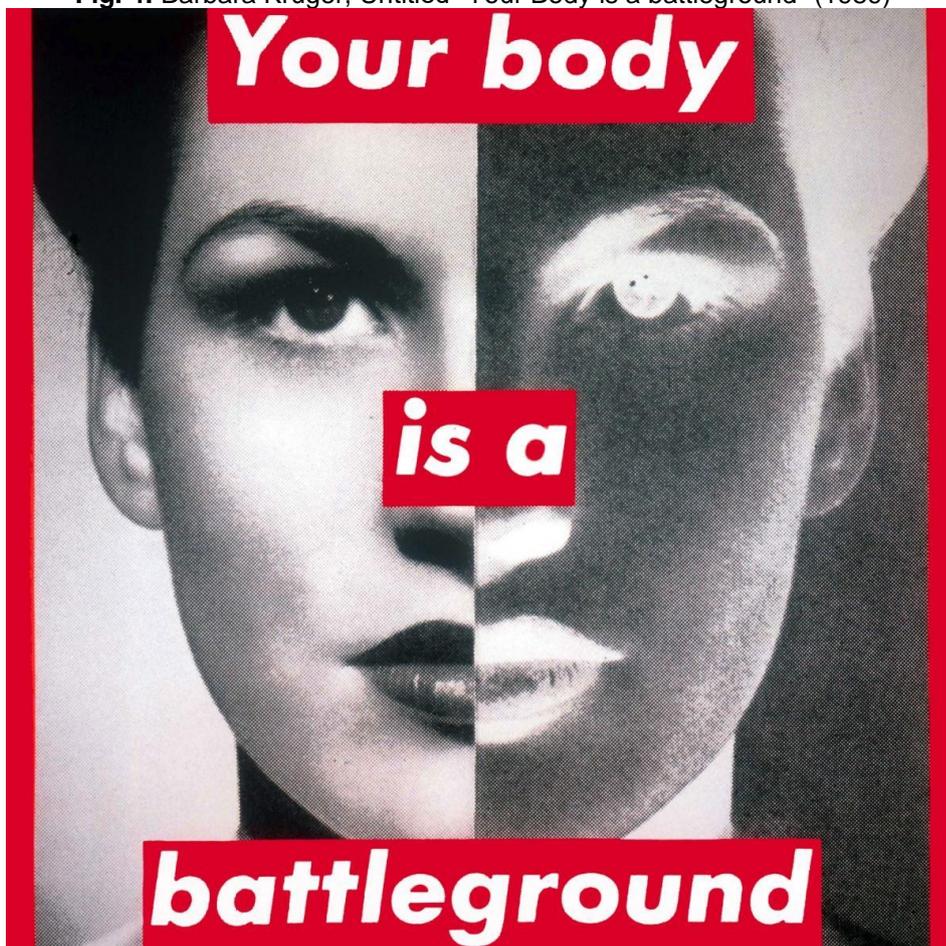
Utilizando de alusões visuais de referência, as obras da norte-americana Barbara Kruger (Newark, 1945), em faixas vermelhas as quatro capas da edição, apresentavam frases feministas: “vestido ou pelada, quero ser respeitada”, “meu decote não dá direitos”, “meu corpo, minhas regras”, e “minha roupa não é um convite”.

Barbara Kruger começou trabalhando como design gráfico para revistas, entrando para a arte em 1969, inicialmente com poemas e pinturas. Mas, desde o início da década de 1970, vem realizando obras que tem como característica a linguagem da publicidade e propaganda. Utiliza fotografias em preto e branco com aforismos em faixa vermelha; em tom de denúncia imita o vocabulário publicitário, enquanto o subverte para questionar diversos temas de relevância social, entre eles: o machismo, os estereótipos sexistas e o consumismo.

Declaradamente feminista, a obra “(Untitled) Your body is a battleground” (1989) é composta pela imagem de uma mulher dividida ao meio, metade positiva a outra metade em negativa, há frases: “Seu corpo é um campo de batalha”, em destaque vermelho, revela o tom de protesto da obra que foi desenvolvida para Marcha das Mulheres em Washington, manifestação que ocorreu em 1989 “devido a uma série de leis anti-aborto que tentaram derrubar

a decisão que permite o aborto nos Estados Unidos, definida pela Suprema Corte em 1973” (CASTRO, 2017, p. 44).

Fig. 4: Barbara Kruger, Untitled “Your Body is a battleground” (1989)



Fonte: <https://deliriumnerd.com/2019/10/23/barbara-kruger-arte-feminista-colagem-fotografia/>. Acesso: 18/06/2021

Diretamente ligada à comunicação em massa, Kruger tem como um dos enfoques de seu trabalho, a sociedade da aparência e a indústria da beleza, na obra “*Super rich / Ultra gorgeous / Extra skinny / Forever young*” – as frases de exagero “Super rico / Ultra deslumbrante / Extra magro / Jovem para sempre” são acompanhadas da imagem que fazem referência a uma máscara inventada pelo cientista Max Factor. O cientista foi “conhecido a partir de 1920 pela produção de produtos do mundo da beleza que são considerados, contemporaneamente, bizarros. Esse produto de Max Factor foi um grande sucesso para as estrelas de Hollywood da década de 40” (HARRISON, 2014 apud MORAES; AHLERT, 2016, p.12).

Fig. 5: Barbara Kruger "Super rich / Ultra gorgeous / Extra skinny / Forever young"



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/492159065513531060/>. Acesso: 18/06/2021

A justaposição entre as frases e a máscara de beleza, a qual mais parece um aparelho de tortura, evidenciam a sujeição a métodos de beleza que, por vezes, se assemelham a formas de martírio, tudo para corresponder a padrões absurdos que a indústria da beleza define como normal.

Fig. 6: Capas da edição de dezembro de 2015 da revista ELLE Brasil.



Fonte:

<http://www.fspoiler.com/2015/12/elle-brasil-dezembro-2015.html>. Acesso 18/06/2021

Embora a revista Elle Brasil tenha feito referência direta ao trabalho de Kruger utilizando slogans¹² em caixas vermelhas, as fotografias nas capas da revista ainda exibem modelos bem magras, assim como poses, roupas e maquiagens que reforçam o ideal de beleza e sexualidade, construído pelas mídias e publicidade, desta forma, o discurso vendido na edição acaba por ser conveniente à revista, mantendo os modelos de regime de outras edições.

Apesar de Vanessa Beecorft utilizar corpos semelhante a de modelos, suas obras são composições que evidenciam assim como “*Super rich / Ultra gorgeous / Extra skinny / Forever young*”, ou seja, há uma mistura de beleza e sofrimento. O choque acontece durante o primeiro olhar, mas a potência artística dos VB’s se dá em sua duração. Os trabalhos possuem uma forma “espaçotemporal”, uma forma singular de espaço e de tempo, no qual o espectador é envolvido.

Devido a longa duração das performances, naturalmente, os corpos começam a romper com a imobilidade. Aqueles corpos aparentemente distantes e incomuns começam a se mostrar frágeis, e

¹² Frase de efeito e fácil memorização que resume as características de um produto, serviço ou até mesmo pessoa. É usada em contexto político, religioso ou comercial como uma expressão repetitiva de uma ideia ou propósito.

as modelos acabam por sentar ou adotar outras posturas, rompendo com o desconforto e quebrando a coreografia, tornando os corpos mais próximos do real.

Em uma de suas colaborações com Kanye West, no show da 4ª temporada de Yeazy, marca do músico, que aconteceu no Franklin D. Roosevelt Four Freedoms Park, algumas modelos chegaram a desmaiar após mais de duas horas de apresentação sob um sol escaldante.

Fig 7: Vanessa Beecroft, Temporada 4 de Yeezy, Semana da Moda de Nova York



Fonte: <http://www.idomadiva.com.ng/2016/09/photos-drama-as-models-faintanother.html>.
Acesso: 06/02/2021

Ao observarem vestidos em uma experiência lenta, corpos exaltados nus começaram a se mostrar frágeis, por meio da evidência do olhar, os trabalhos de Beecroft realizam um confronto com o espectador, provocando uma reflexão acerca da aceitação destes mesmo corpos, normalmente inquestionáveis, considerados perfeitos sob o determinado padrão estético contemporâneo. Nesse contexto, as obras da artista levam a refletir sobre a exibição maciça do corpo feminino, ao explorar os limites da busca dos padrões de beleza estipulados pela indústria da moda.

Além das revistas, o cinema também teve grande responsabilidade ao generalizar o desejo à moda e a vigilância aos corpos femininos. Segundo Svendsen (2010, p. 94), “o poder disciplinador pelo qual a maioria das pessoas é afetada não é aquele exercido atrás dos muros das prisões, mas o exercido por meio da televisão, dos jornais, nas revistas e na mídia”.

A artista norte-americana Cindy Sherman (Glen Ridge, 1954), tendo como referência de seus trabalhos imagens do meio de comunicação de massa (cinema, televisão, publicidade), passou a ganhar notoriedade se tornando um dos grandes nomes da arte contemporânea, após o sucesso de *Untitled Film Stills* (1977-1980), série composta por sessenta e nove fotos em preto e branco. Em seu trabalho, a artista interpreta diversos papéis femininos, fazendo referência a ícones da televisão, cinema e mídia; ao realizar as cenas provoca o pensamento sobre o imaginário acerca da mulher, desempenhando papéis estereotipados, tais como, dona de casa, estudante, namorada, esportista, sedutora, atriz, moça do interior.

Fig. 8: Cindy Sherman *Untitled Film Still #3* 1977.



Fonte: <https://gq.globo.com/Cultura/noticia/2014/04/james-franco-reproduz-serie-de-fotografias-de-cindy-sherman.html>. Acesso: 13/05/2021

Fig. 9: Cindy Sherman Untitled Film Still #13 1978.



Fonte: <https://www.moma.org/collection/works/56576>. Acesso: 13/05/2021

As obras realizadas por Sherman são autorretratos situados entre um hibridismo de performance e fotografia, ela utiliza como recurso: maquiagem, perucas, roupas, poses, mudando de identidade e reproduzindo infinitas personagens femininas, problematizando os estereótipos da mulher.

Sendo o vestuário um importante elemento de composição de seu trabalho, se assumindo uma amante da moda, Sherman também flertou com revistas e campanhas de moda; realizou em 1983, 1985, 1993, 1994, 2007 e 2008 a série *Fashion*, que surgiu como encomenda à artista.

Na série, Sherman substituiu modelos e realizou trabalhos para publicidade e editoriais de moda. Sua primeira encomenda foi de Diane Benson, em 1983, para uma publicação na revista Interview; o trabalho foi seguido de fotos para a estilista Dorothée Bis, realizado para a Vogue francesa em 1984, e um trabalho editorial para a Harper's Bazaar em 1993, entre outros projetos (SOARES, 2018).

Fig. 10: Cindy Sherman, Untitled # 122, 1983, Encomendado por Dianne Benson.



Fonte: <https://www.vogue.com/article/dianne-benson-on-1980s-fashion-and-art-collaborations-with-cindy-sherman-david-wojnarowicz>. Acesso: (16/06/2021)

A obra Untitled -137 (1984) foi realizada para um editorial de moda da revista Vogue-Paris, no qual Sherman recebeu roupas da Comme Des Garçons, Issey Miyake e estilistas de alta costura¹³. Com total liberdade de criação, a

¹³ <https://www.moma.org/audio/playlist/261/3358>

artista representou uma mulher que posa para um retrato, vestindo um casaco vermelho, que sinaliza elegância e bom gosto, no entanto, insuficiente para tornar a mulher atraente, que aparece descabelada, descuidada, com feição de tristeza, abandono ou desdém.

Num olhar mais atento, ao observar Untitled-137, pode-se sentir como se fosse possível estar diante do instante que a foto foi registrada. O olhar da mulher aparenta um desvio desorientado, perdido e sem vida. Ainda assim, ela apresenta uma postura corporal característica à origem do retrato, como se estivesse cumprindo um dever possivelmente atribuído a sua classe social, o que é reforçado pela utilização da aliança.

Fig. 11: Cindy Sherman, Untitled -137, 1984.



Fonte: <https://www.thebroad.org/art/cindy-sherman/untitled-137>. Acesso: 16/06/2021

Em agosto de 2007, a Vogue Paris publicou um ensaio no qual Sherman zomba da indústria da moda ao reproduzir estereótipos sociais acerca da aparência de celebridades em colunas sociais de revistas e jornais. A artista representa as mulheres enfatizando, em ar de deboche, glamour, luxo, uma alegria artificial, “expressões paralisadas por botox e outros procedimentos estéticos e cirúrgicos, maquiagem mal feita, roupas espalhafatosas, etc” (SOARES, 2018, p. 102).

Fig. 12: Cindy Sherman, série *Fashion*, edição de Agosto de 2017, *Vogue Paris*



Fonte: <http://rjh21.blogspot.com/2010/04/cindy-sherman-for-vogue-paris.html>. Acesso: 17/06/2021.

A série Fashion permeia o mundo da moda de forma grotesca, rompendo com a ideia de beleza e glamour apresentado pelo meio artístico, ao utilizar os recursos do mesmo; criando composições que misturam roupas de grifes e várias camadas de maquiagem e próteses, exibindo expressões incomuns a campanhas de moda: tristeza, raiva, deslocação, loucura etc.

Se a opressão ao corpo feminino já era perturbadora somente com a mídia impressa e com a áudio visual, com a chegada da tecnologia digital e, principalmente, com a criação das redes sociais e, posteriormente, sua aderência à publicidade e ao marketing digital, os modelos de beleza a serem seguidos se multiplicaram. O padrão mudou pouco, mas, se antes eram encontrados centenas de capas de revistas em uma banca, exaltando corpos belos e esbeltos, agora em uma rápida navegada pela rede, são localizados milhares de perfis de famosas ou anônimas exibindo esse mesmo conteúdo.

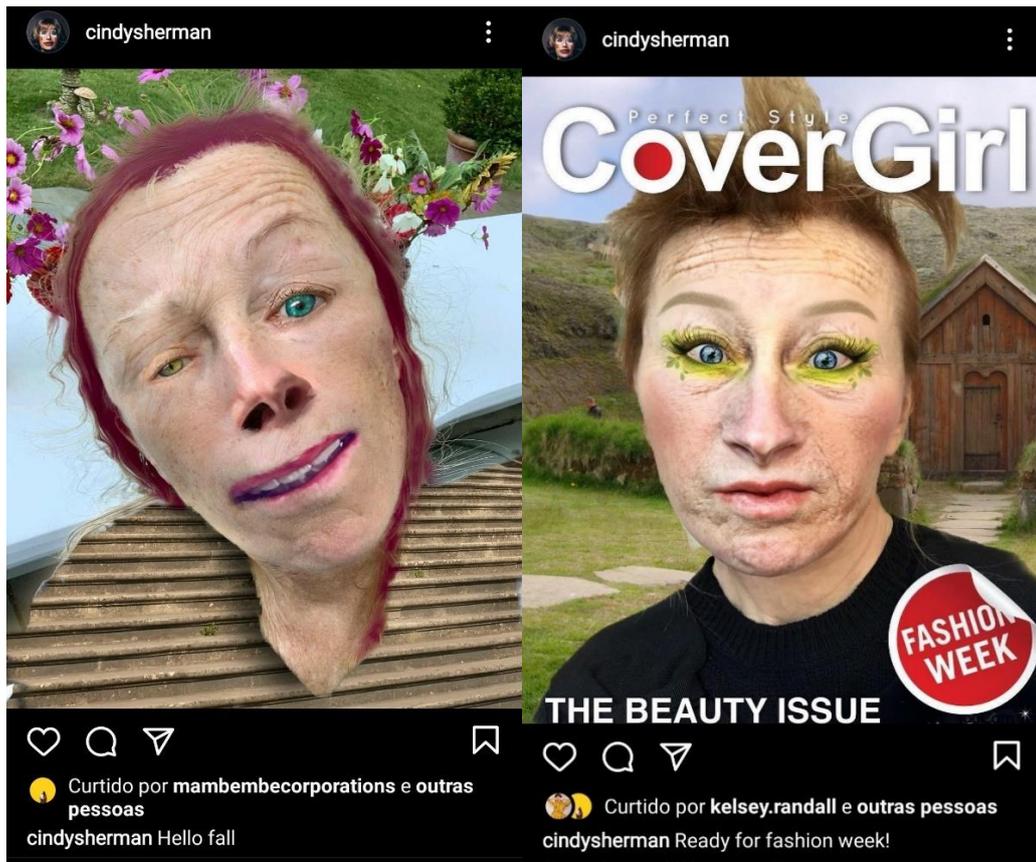
Em 2017, Sherman tornou sua conta na plataforma do Instagram¹⁴ pública, desde então, vem postando selfies¹⁵ super manipuladas; são fotos que mostram o rosto esticado, amassado, enrugado, alisado e/ou manchado. Em uma de suas fotos, a artista edita a capa de uma revista de beleza e aparece com rugas pesadas e expressão desgrenhada com maquiagem mal aplicada.

As edições não são fora do comum nas postagens dessa rede, que disponibiliza filtros para os usuários aperfeiçoarem as selfies; aliviando marcas de expressão, deixando mais próxima do ideal, ou utilizando filtros apenas para deixar as imagens divertidas. No entanto, Sherman realiza aplicações excessivas, transformando os retratos em algo extremo, entre grotesco e cômico, tática que diferencia suas selfies das “normais” postadas na plataforma.

¹⁴ Rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos entre seus usuários, ela permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais, podem curtir e comentar as fotos.

¹⁵ Autorretrato tirado com um celular, novamente compartilhado na internet, popularizado pelas redes sociais.

Fig. 13: Reprodução Instagram da artista <cindysherman>



Fonte: Visto pela plataforma do Instagram, acesso pelo celular. Acesso: 05/06/2021

As imagens encontradas nessa rede social costumam ser aceitas como autênticas e representantes da realidade, não apenas a exibição de corpos perfeitos, performática de poses e ângulos, superproduções em plena terça-feira, se vestindo de uma maneira que de outra forma talvez não se vestissem. Acima de tudo, as postagens vendem a felicidade, já que os usuários mostram somente os momentos bons, ostentando uma artificialidade, uma realidade distorcida que acaba por vangloriar felicidade, alegria, satisfação como algo rotineiro.

Sherman que não costuma dar nome a suas obras, denominando apenas por números, em seu Instagram, as selfies parecem acompanhadas com legendas ou títulos, contendo linhas curtas, engraçadas e alegres que se relacionam raramente com a imagem postada, irrelevante para o propósito da foto. Com isso, as produções parecem buscar conscientizar sobre a presença de manipulação desta plataforma, fazendo com que os usuários se reconheçam em seus próprios ambientes online.

Em sua pesquisa acerca da linguagem fitness nas redes sociais e quanto esta cultura afeta as mulheres, Helena Jacob (2014) analisou as estratégias de comunicação do Instagram; em seu engajamento, as influenciadoras fitness compartilham imagens que destacam o corpo, imagens de treinos, alimentação, exibindo poses impossíveis de realizar com tal facilidade que são demonstradas, e legendas de incentivo “que impelem os seguidores daquele estilo de vida a continuar” (Ibidem, p. 92).

Associado à valorização do corpo e bem-estar nas redes, ocorre também uma promoção a cuidados com alimentação, a indústria de alimentos, assim como a da moda, é uma das mais poderosas do mundo, se beneficia com o culto à magreza e à boa forma; cria produtos que prometem vitaminas nutritivas, vendendo a idealização da boa forma, as marcas se associam publicitariamente a perfis que exibem corpos modelados, sendo que

Fig. 14: Postagem do perfil “Gabrielapugliesi”



Fonte: Visto pela plataforma do Instagram, acesso pelo celular. Acesso: 04/06/2021

(...) tal exibição acaba por sugerir às seguidoras dos perfis de que elas só não conseguem ter o corpo dos sonhos porque não se esforçam para isso. Tal condição acaba funcionando como mais um mecanismo opressor, que leva as mulheres a se sentirem sempre infelizes pelos corpos que têm, mesmo sem serem ricas, famosas e terem perfis que se transformam em marcas a serem trabalhadas em comunicação e marketing (JACOB, 2012, p. 102-103).

Devido a importância que o corpo tomou para a construção da identidade, ainda que perceptível, devido à falta de tempo, questões corporais ou genéticas, são sempre impostas pela sociedade, ocasionando uma excessiva cobrança por parte de algumas mulheres.

A imposição de padrões de corpos esculturais desencadeia um medo, em algumas, levando a desenvolver transtornos alimentares. A mulher se sente pressionada a estar dentro dos padrões determinados, com medo de engordar, se submetem às ferramentas que a indústria oferece, seja em relação à alimentação e exercícios, ou por meio da medicina, remodelando seus corpos de forma cirúrgica, tudo para ficar dentro ou mais próximo dos padrões.

Outra artista que pôde ter seu trabalho comparado às invenções do maquiador Max Factor é a brasileira Nazareth Pacheco (São Paulo, 1961). A artista ficou conhecida, na década de 1990, ao produzir adornos e vestidos elaborados com materiais cortantes e perfurantes, e exibidos em caixas/vitrines.

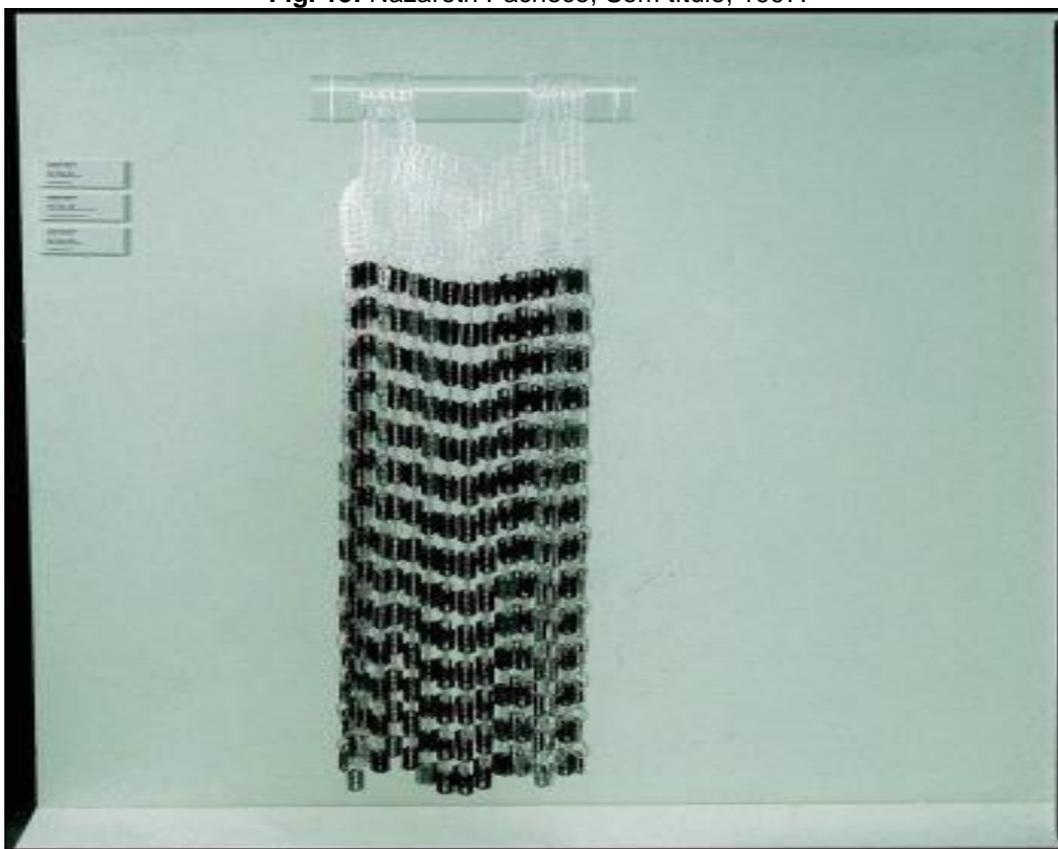
Pacheco tem como ponto de partida questões pessoais, intervenções cirúrgicas que foi submetida para evitar problemas físicos em razão de ter nascido com congênita¹⁶. Contudo, embora fruto de reflexão pessoal, sua obra contempla a sociedade, problematizando o corpo aprisionado, submetido a padrões de beleza preestabelecidos.

Em suas obras, mistura materiais agressivos (agulhas, giletes, lâminas de bisturis) com objetos delicados (miçangas, vidrinhos, cristais), resultando em composições sedutoras. Através da ausência, da escolha dos materiais e a arquitetura dos objetos, as obras abordam o corpo, remetendo a disciplinas e

¹⁶ Doenças congênitas são mal formação genética, alterações que surgem durante a formação do feto, na gestação, que podem acabar afetando qualquer tecido do corpo humano, como ossos, músculos ou órgãos. Esse tipo de alteração normalmente resulta em um desenvolvimento incompleto, que acaba afetando a estética e até mesmo o funcionamento correto de vários órgãos.

procedimentos de tortura, as quais as mulheres se submetem para atender a modelos convencionais, exigências midiáticas e culturais.

Fig. 15: Nazareth Pacheco, Sem título, 1997.



Fonte: <https://br.pinterest.com/pin/493214596675106326/>. Acesso: 20/06/20021

Entre suas obras mais conhecidas estão os vestidos feitos de gilete e colares de materiais cortantes ou perfurantes. O primeiro vestido produzido pela artista é confeccionado com a parte de cima feita de pequenos cristais transparentes e a parte inferior confeccionada com lâmina de barbear, unidos por anéis de miçanga.

Embora sedutores, os adornos e vestimentas criados por Pacheco são ainda mais agressivos que o bizarro Beauty Calibrator¹⁷, invenção de Factor. O criador faz, num primeiro momento, com que as pessoas tenham o sentimento de sedução por conta de suas composições belas, brilhantes, mas, com um olhar mais cuidadoso, sentem repulsa, dor ao preencher aqueles objetos vazios com suas imagens corporais, pois apesar de belos, foram confeccionados com elementos agressivos transformando-os em potenciais instrumentos de tortura. Desta forma, os trabalhos de Pacheco oscilam entre sedução e repulsa, abordam o sadismo de um tempo:

em busca do corpo “perfeito” (magro, jovem, belo e atraente) leva um número cada vez maior de seres humanos a adotarem procedimentos drásticos (dietas rigorosas, exercícios físicos em excesso, cirurgias plásticas, lipoaspirações, implantes de silicone etc.) como um meio rápido para conquistar as formas corporais consideradas ideais (PEREIRA, 2012, p. 82)

Fig. 16: Max Factor e sua invenção Beauty Calibrator



Fonte: <https://designyoutrust.com/2018/11/max-factors-beauty-calibrator-a-beauty-measuring-mask-analyzes-facial-flaws-for-makeup-from-the-1930s/>.

Acesso: 20/06/2021

¹⁷ Aparelho que permitia ao maquiador identificar as áreas do rosto que deveriam ser disfarçadas ou realçadas.

Fig. 17: Nazareth Pacheco, série Momentos, 2017



Fonte: <https://artebrasileiros.com.br/arte/exposicoes/nazareth-pacheco-a-criacao-como-triunfo-da-vida/>. Acesso:16/06/2021

O trabalho de Pacheco parece ter se tornado ainda mais autobiográfico após o falecimento de sua mãe e seu pai, ambos vítimas de câncer no pulmão. Segundo artista, “com o falecimento de ambos, me voltei mais pra mim, num processo mais íntimo e respeitando o meu momento de luto” (PACHECO, 2019)¹⁸.

Em sua exposição, denominada Registros/Recortes, realizada na Galeria Kogan Amaro/São Paulo em 2019, a artista abordou o luto, o corpo e a identidade. A exposição continha obras construídas a partir de exames e laudos médicos de seus pais misturados aos seus, com o problema de contingência, Pacheco começou a passar por cirurgias desde os dois meses e, logo que seu pai faleceu, precisou se submeter a uma cirurgia no pé, passado um curto tempo, decidiu se dedicar a seu lado interior, realizando novas cirurgias, dessa vez, totalmente estéticas, fazendo correções no pescoço e lábio. O artista registrou os procedimentos pré e pós-operatórios das cirurgias estéticas que resultaram na série Momento (2017).

Em Registros/Records, ela retoma muito daquilo que já havia tratado nos anos 90, vinculado aos tempos em que teve que lidar com o corpo. Se em 1993 ela apresentou a instalação Objetos Aprisionados, com caixas que traziam medicamentos, bulas, radiografias, dentre outras coisas, hoje ela exibe a obra Embala, na qual monta um quadro de colagens de caixas de remédios, e a instalação Registros, onde Nazareth esculpe uma espécie de cachoeira com recortes de radiografias de seus pais. (RKAIN, 2019).

Através de imagens, registros, objetos médicos e cirúrgicos, utilizando materiais grotescos ou apenas angustiantes, Pacheco expõe a agressividade de procedimentos de manipulação do corpo, e deixa o seguinte questionamento: por que corpos considerados saudáveis se expõem a intervenções agressivas sem qualquer necessidade real?

¹⁸ Entrevista à ARTE!Brasileiros – Fonte: <https://artebrasileiros.com.br/>

Fig. 18: Nazareth Pacheco, série Momentos, 2017



Fonte: <https://artebrasileiros.com.br/arte/exposicoes/nazareth-pacheco-a-criacao-como-triunfo-da-vida/>. Acesso: 16/06/2021

A partir de aproximações com os meios utilizados na divulgação e proliferação; cinema, mídia, publicidade; assim como a práticas associadas, as produções das artistas mencionadas tecem comentários visuais acerca do status do corpo feminino na sociedade contemporânea; a respeito da cultura de desejo e sedução, integradas a imagens de uma beleza irreal, exibidas de forma maciça.

As obras criam tensões que possibilitam um confronto com a ignorância, possibilitando os sujeitos a assumirem uma posição crítica, ao refletirem a respeito da influência que os corpos e as imagens construídas a partir de tecnologias de consumo detêm na vida das mulheres; constituindo o imaginário, influenciando os hábitos e, conseqüentemente, suas identidades, que efêmeras são o combustível das indústrias.

Capítulo II

DO COBRIR AO DESPIR: INICIAÇÃO NAS POÉTICAS VISUAIS

No período dos anos de 1960, emergiram lutas por direitos humanos, entre elas, a segunda onda do feminismo. Vinculadas ao movimento, muitas artistas mostravam-se expressivamente preocupadas com questões sociais, que inferiorizam as mulheres na sociedade, indo de questões domésticas, à emancipação e ascensão no mercado de trabalho e liberação sexual. Todas essas questões ocasionaram uma preocupação em encontrar uma linguagem para se expressarem, sendo a própria representação feminina, um dos principais questionamentos entre as artistas.

Um rápido exame da história da pintura revela a repressão da mulher como objeto de desejo masculino. As mulheres começaram a se perguntar como lhe seria possível representar-se por meio de formas que não levassem, automaticamente, ao incremento desta tradição. Da mesma maneira que o separatismo estabeleceu um distanciamento com relação aos homens, com o objetivo de se organizar e tomar decisões, o uso de novos (ou, pelo menos, mas novos) materiais e técnicas provocava, até certo ponto, o problema de ter que se ocupar de toda a história da arte antes de poder dizer alguma coisa nova. A fotografia, o vídeo, o filme, o som, a *Performance* - todas as táticas fornecedoras de informação que haviam começado a ampliar o domínio da arte tão recentemente - tudo parecia constituir meio apropriado para abordagem desse tema (ARCHER, 2001, p. 136).

Utilizando de seus próprios corpos, artistas contemporâneas como Hannah Wilke¹⁹, Martha Rosler²⁰, Ana Mendieta²¹, Natalia LL²², entre outras, criaram questionamentos relativos ao “eu”, ao corpo, ao sujeito e à própria representação de mulher, “procuravam reclamar a sua identidade e evoluir de objecto para sujeito da obra, e essa utilização do corpo feminino na Arte pela

¹⁹Hannah Wilke (1940-1993) artista feminista americana, pioneira na pintura, escultura, fotografia, videoarte e performance. Ela foi uma das primeiras artistas a usar imagens vaginais em seu trabalho com o propósito de se envolver diretamente com as questões feministas. Durante o final dos anos 1950, até o início dos anos 1970, Wilke trabalhou na criação de um tipo de iconografia feminina baseada no corpo, construindo formas orgânicas abstratas que se assemelhavam muito à genitália feminina. Durante a década de 1970, ela começou a usar seu próprio corpo para peças performáticas, as quais chamou de “autorretratos performáticos”. Essas performances, imortalizadas em vídeo ou em fotos, confrontam estereótipos eróticos, chamando a atenção e tornando irônicos os gestos, poses e atributos convencionais do corpo feminino. Seu interesse pelo corpo tornou-se sombrio enquanto ela documentava sua própria batalha contra o câncer

²⁰ Martha Rosler (1943-) é uma artista americana, trabalha com vídeo, fotografia, texto, instalação e performance. Seu trabalho se concentra na esfera pública, explorando questões da vida cotidiana e da mídia à arquitetura e ao ambiente construído, especialmente no que diz respeito às mulheres. Sua performance “Semiótica da cozinha” é uma das obras performáticas mais conhecidas no mundo. A artista assume o papel de uma dona de casa de avental para parodiar um programa de televisão sobre culinária dos anos 60. Num vídeo em preto e branco em uma cozinha Rosler cita os diversos utensílios encontrados nesse espaço doméstico em ordem alfabética. Seus gestos não são de gosto, pelo contrário, são de aborrecimento e ódio, expressão que uma dona de casa que cozinha para sua família não deve ter sem receber nada em troca. “Quando a mulher fala, ela dá nome à própria opressão”, afirmou a artista a respeito dessa performance.

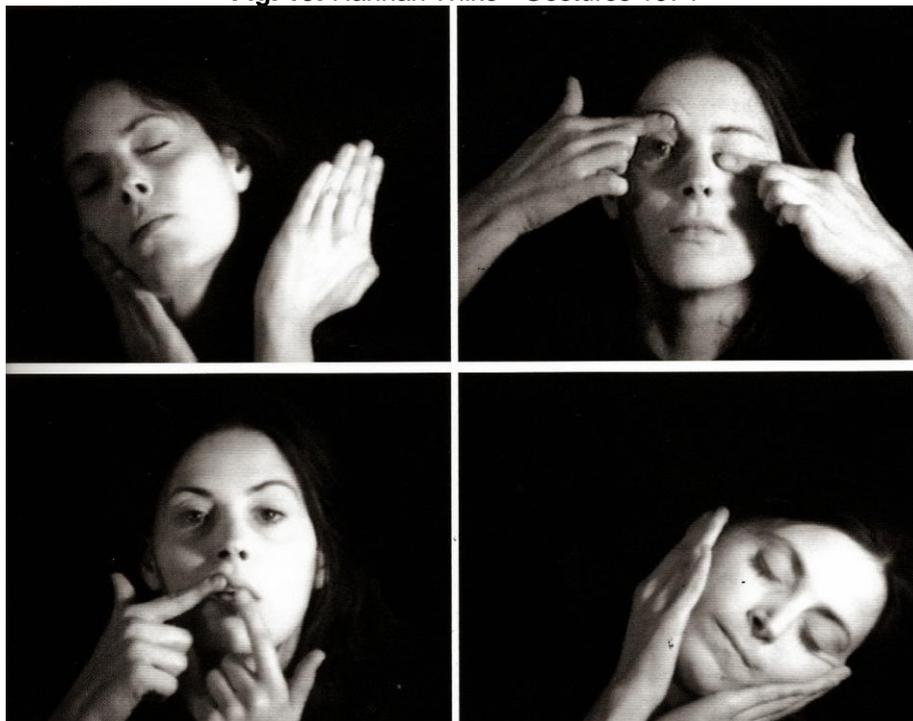
²¹ Ana Mendieta nasceu em Cuba, em 1948-1985. Quando tinha doze anos de idade, ela e sua irmã foram enviadas aos Estados Unidos através da operação Peter Pan, e foram morar no Iowa, onde, segundo a própria artista, ela era vista como: “*um ser erótico (o mito da latina ardente), agressivo e de certa forma diabólico. Isso criou em mim uma atitude muito rebelde*”. A produção de Mendieta tem um caráter notadamente autobiográfico, marcado pelo contexto político e social vivido por ela. Em seu trabalho, ela explora, tanto as questões relacionadas à violência de gênero e ao feminismo, quanto suas referências enquanto mulher latino-americana. Seu trabalho é composto por performance, escultura, pintura e vídeo. Entretanto, tornou-se mais conhecida pelas obras que realizou em um corpo terrestre, investigando a relação entre a paisagem e a forma feminina. Esse interesse está muito evidente em seus trabalhos que compõem a série Silueta, a qual mostra uma questão ritualística da arte e na transformação da terra em um espaço sagrado em fotografias tiradas em paisagens distintas e as quais a artista considerava sagradas, ou que eram realmente sagradas. Mendieta morreu em Nova York em 1985, quando seu corpo caiu do 34º andar de um prédio em Greenwich Village. O marido dela, o também artista Carl Andre, ligou para a emergência, informando que o casal teve uma discussão e completou: “*ela foi para o quarto e eu fui depois dela e ela se jogou da janela*”. A morte trágica e prematura de Mendieta, que tinha apenas 36 anos de idade, permanece como um acontecimento controverso.

²² Natalia Lach-Lachowicz (1937-), conhecida como Natalia LL, é uma artista polonesa que trabalha com pintura, fotografia, desenho, performance e videoarte. É descrita como uma pioneira polonesa negligenciada do início dos anos 1970 na criação de imagens feministas de vanguarda. Nas décadas de 1960, 1970, Natalia LL foi uma das primeiras artistas a se apresentar e criticar a arte conceitual por sua excessiva racionalização e evitação da sensualidade física. Provavelmente, a obra mais notória de Natalia LL, *Consumer Art* apresenta modelos deliciando-se com bananas, salsichas ou sorvete. Obviamente, essa atividade aparentemente inocente adquire um toque fortemente erótico. A combinação de uma gravação de filme “frio” com um motivo sensual “quente” representa uma rejeição do caráter puramente analítico da arte conceitual.

mulher era enormemente diferente da sua utilização pelo homem” (FURTADO, 2014, p. 196).

Demonstrando um combate à representação da mulher objetivada, e determinada como uma arte que se afirmava contrária aos dogmas capitalistas, na qual estava fundamentada idolatria à forma física, a performance se tornou contígua à arte feminista, construindo uma nova linguagem que incentiva a voz das questões femininas. Por vezes, as produções se davam presencialmente ou no estúdio das artistas, através do registro de fotografias ou vídeos. As implicações da maneira como o feminismo pensava arte foram se tornando cada vez mais claras em meados dos anos 70, não se limitando a gênero; identificação e compreensão das singularidades, considerações sobre sexualidade, classes sociais, origem racial e cultural engloba a arte feminina.

Fig. 19: Hannah Wilke - Gestures 1974



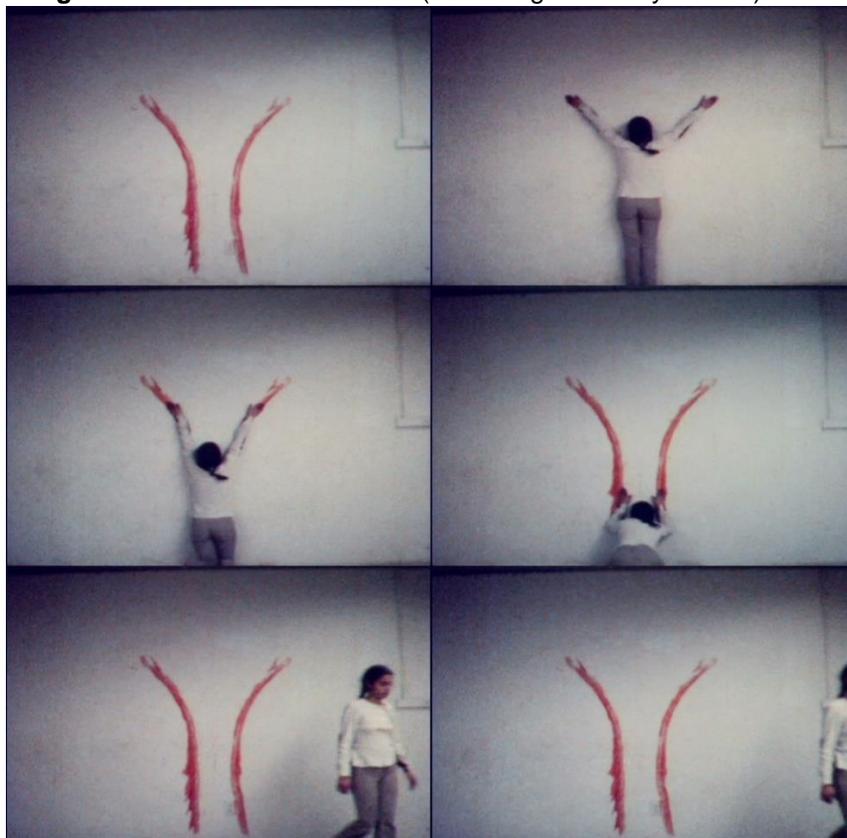
Fonte: <http://amyastronaut.blogspot.com/2014/05/hannah-wilke-artwork.html>. Acesso em: 10/12/2021.

Fig. 20: Martha Rosler - Semiotics of the Kitchen 1975



Fonte: https://www.researchgate.net/figure/Figura-7-Stills-do-video-Semiotics-of-the-Kitchen-1975-de-Martha-Rosler-O-artista_fig4_327623999. Acesso em: 10/12/2021.

Fig. 21: Ana Mendieta - Untitled (Blood Sign #2/Body Tracks) 1974



Fonte: <https://pt.museuberardo.pt/colecao/obras/823>. Acesso em: 10/12/2021.

Fig. 22: Natalia LL- consumer art 1972



Fonte: <https://www.artsy.net/artwork/natalia-ll-consumer-art-13>. Acesso: 10/12/2021.

Segundo Judith Butler (2020, p.10), os sujeitos se constituem enquanto indivíduos através de um poder externo a eles, que abrigam e preservam em quem são. Fruto do poder; a sujeição significa tanto o processo de se tornar subordinado, quanto o processo de feitura pela qual são formulados ou produzidos enquanto indivíduos.

Desde sua origem impressa, a mídia configura importante forma de poder social que, com os adventos tecnológicos, tornaram a informação, o entretenimento e a publicidade ainda mais acessível, chegando à contemporaneidade de forma exacerbada; o sujeito que precocemente é exposto, torna-se singularmente sucessível a sua influência, que igualmente modifica a sociedade.

Trazendo a minha voz enquanto pesquisadora, relato que desde muito pequena estive exposta à televisão, minha família não possuía boas condições financeiras, tornando a TV meu maior entretenimento entre a infância e

adolescência, dessa forma, cresci igualmente exposta à publicidade. Por volta dos 15 anos, comecei a adotar roupas e maquiagem predominantemente escuras; construindo, por meio do vestuário, cosméticos e adornos, uma máscara para ocultar o aborrecimento e igualmente um artifício de inclusão, adquirindo pertencimento a grupos ao compartilhar de elementos culturais.

Segundo Bauman (2001, p. 214), em razão desse desejo de pertencimento, procuramos participar de grupos por meio do consumo, conseqüentemente, a moda, enquanto imagem corporal, fundamentada no discurso de felicidade, se torna uma das principais formas de sujeição da contemporaneidade.

Gabriel de Tarde²³ (LIPOVESKY, 2017, p. 311) afirmou não haver sociedade sem desejos comuns, pois são as semelhanças entre os seres que institui o elo social, sendo “moda e costumes as duas grandes formas de atividade que permitem a assimilação social entre pessoas”. Prisioneiro por meio de sua identidade, o sujeito é construído discursivamente, ganhando vida pelas execuções cotidianas, imersas de forma sociocultural, que se junta aos corpos e delineiam a identidade dos sujeitos, o que desejam, obrigando-os a se aproximarem de um ideal, de uma norma de comportamento, um modelo a seguir (BUTLER, 2020, p.90 - 91). Todavia, no instante que os estilos de vida saem de moda, para não que não seja sofrido um colapso identitário, é preciso saber avaliar entre conservar e reformar, ou escolher um novo estilo, harmônico com a moda do momento.

Aos 20 anos, eu não possuía mais o estilo de vida da adolescência, mas ainda conservava o mesmo modelo de aparência, uma vez que sentia o temor em aparecer sem maquiagem, cogitar sair sem os olhos escuros, me causava um sentimento de vazio e desorientação.

Teresa Furtado (2014, p.2) denominou de “vídeo - espelho confessor electrónico”; autobiografias que consideram a câmera o lugar perfeito para tarefa de introspecção e experimentação, que, tendo corpo como matéria, permitiram as mulheres representarem suas experiências subjetivas.

²³ Foi o primeiro autor a teorizar a moda para além das aparências.

O antropólogo Victor Turner (1974, apud BUTLER, 2011 p. 80), ao estudar dramas sociais ritualizados, identificou que ações sociais requerem uma performance repetida, e ao reencenar uma ritualização, experimentasse um conjunto de significados previamente estabelecidos, segundo o autor, quando essa concepção de performance é aplicada a gênero, por mais que exista corpos individuais representando a ação, ela é igualmente pública. Dessa forma, artistas criaram, no campo da vídeoarte e da performance, personas, ao compartilhar suas vidas como esposas, mães, donas de casa; por meio de parodias, repetição e mimetismo refletem sobre as limitações do cotidiano e revelam mecanismos de estereótipos femininos, provocando fraturas na lógica de representação patriarcal que as condicionam e as constroem.

Por estas razões, artistas que, a partir de 1960, exploraram as novas tecnologias, ressignificando a imagem feminina e reivindicando reconhecimento em um espaço até então predominantemente masculino, essas mesmas artistas que foram referência para a minha primeira experiência poética, executada enquanto cursava o segundo ano de Artes Visuais Licenciatura; a vídeoperformance, mais tarde denominada de Experimento nº 1.

Embora apreciando a graduação em Artes, não demonstrava qualquer habilidade manual, no entanto, até o momento não havia utilizado de tecnologias de vídeo; mas já me identificava com práticas performáticas. Com isso, quando solicitado à turma de Introdução à Imagem em Movimento para realizar uma produção tendo como referência obras presentes no livro “Novas Mídias na Arte Contemporânea”, de Michael Rush, minha escolha foi por trabalhos possibilitados a partir do lançamento da Portapak em 1965, o que tornou a produção de vídeo mais acessível pelo preço reduzido e sua portabilidade, resultando no surgimento da vídeoarte²⁴ no final dos anos 1960.

Apesar de ser uma atividade disciplinar, orientada por artistas que tendo o corpo como principal matéria, produzi diante da câmera gestos que fundem

²⁴ Diferente do vídeo experimental, que procura criar uma história que possui enredo ou estrutura temporal, a vídeoarte exhibe sensações que representem uma ideia por completo.

autor e persona, gerando novos significados, diferente de outros. Foi a primeira vez que me identifiquei com a realização de produção artística.

De forma semelhante, para realização de Experimento nº 1, me coloco em frente à câmera e tendo como ação um ato comum ao meu cotidiano, me maquio pelo decorrer de 10 minutos. Enquanto performo, as camadas de maquiagem aplicadas a meu rosto revelam, através do acúmulo e repetição, matrizes que constroem identidades de subjetivação do gênero, vinculadas à indústria de cosméticos, resultando em um rosto encoberto; grotesco e igualmente cômico.

Fig. 23 e 24: Cátia Vieira, Experimento nº 1, 2015





Fonte: Acervo pessoal²⁵

No último ano da graduação, já frequentava as aulas de rosto limpo, as roupas possuíam mais colorido, mas somente as cores e estampas haviam mudado, mesmo emancipada de um modelo a seguir, o vestuário continuava a manter vasta relevância.

Embora só tenha manifestado minhas preferências a partir da adolescência, tornando as roupas um dos primeiros instrumentos pelo qual me reconheci, já manifestava apreço pela moda na infância, confesso que revirava o guarda-roupa de minha mãe brincando de estilista. Até os dias de hoje, realizo uma verdadeira bagunça até elaborar um visual que me satisfaça, me proporcionando confiança, conforto, lazer, sedução etc. Entretanto, em 2018, me questionava por que me identificar tanto com algo que oprime a tantas mulheres e a mim também?

Apesar de estar começando minha produção, já havia dado o primeiro passo em direção à criação, sendo justamente o estado de insatisfação, a reprovação a realidade, que fomenta no artista a necessidade de criação de

²⁵ Disponível em: <https://vimeo.com/manage/videos/660292468>.

novas realidades, tendo como percurso criativo o processo de construção de conhecimento. Seguindo esse pensamento, Salles (2011) argumenta que

A ação do artista leva à aquisição de uma grande diversidade de informações e a organização desses dados apreendidos. Está sendo, assim, estabelecido o elo entre pensamento e fazer: a reflexão que está contida na práxis artística (Evandro Carlos Jardim, 1993). O percurso criado deixa transparecer o conhecimento criando o fazer, ações impregnadas de reflexões ele tem intenções de significado. A construção de significado envolve referência a uma tendência. A criação é, sob esse ponto de vista, conhecimento obtido por meio da ação (SALLES, 2011, p. 127)

Durante o processo de conclusão de curso, a respeito da nudez e representação do corpo feminino, tomei conhecimento do texto “Nudez”, de Giorgio Agamben (2015). Nesta obra, o autor parte de um trabalho da artista italiana Vanessa Beecroft, a qual envolve corpos femininos nus, para tecer uma instigante reflexão acerca de manifestações artísticas e da arte sacra, traçando uma genealogia da nudez na cultura ocidental.

Agamben (2015) utiliza a liturgia judaico-cristã, as figuras de Adão e Eva, criados por Deus, que viviam nus no paraíso, até provarem do fruto do pecado, para no decorrer da obra, e por meio da teologia, argumentar que, embora não estivessem vestidos, não estavam nus, mas cobertos por um véu de graça, que lhe é retirado após o pecado, tomando conhecimento de seus corpos. A carne associou-se ao pecado, representa a limitação humana. A natureza humana foi corrompida, sem o socorro da graça, a relação entre nudez e natureza se tornou impossível, pois passou a existir somente como natureza corrompida, e a beleza só pode existir como essência onde há duplicidade da nudez e do véu, tornando a aparência objeto, comum a muitas mulheres o ato de reduzir a sua beleza a mera aparência, causando ausência de ilusões sobre si, assim, a nudez sem véu torna-se sua atração mais terrível.

Impactada pela obra que dialogava com o sentimento que vivenciava no momento, “A Deus Véu” é fruto do desejo de realizar uma ação que representasse visualmente o discurso apresentado por Agamben.

Fig. 25-36: Ação performática *A Deus Vê* (2018)
Rio Grande RS
Registros fotográficos de Laura Theodosio.
Técnica: fotografia digital 15 X 21 (3/12)

















Fonte: Acero pessoal

Capítulo III

CORPOS POÉTICOS – EMANCIPATÓRIOS:

DESPINDO REPRESENTAÇÕES

Bem antes de cogitar produzir o trabalho de pesquisa que originou esta dissertação, percorri no curso de Licenciatura em Artes Visuais, o qual foi o caminho para me tornar apreciadora da Arte, de me identificar com estilos, linguagens, abordagens e artistas.

Foram sentimentos fluídos nesse percurso que promoveram o incômodo que me tirou da zona de conforto, me libertando da ignorância. Se por um lado o fascínio pela moda foi comprometido, por outro, a arte me nutriu e me preencheu ao entrar em minha vida.

Como já mencionado, ao ingressar na graduação, não tinha familiaridade acerca de matérias ou práticas artísticas. Em um primeiro momento no curso, os conteúdos iniciais me despertam interesse, mas foi somente com o conhecimento e contato com variadas práticas vinculadas à linguagem da performance que sentimentos foram suscitados.

Utilizando do corpo como meio de expressão artística, a principal referência da performance são ações realizadas ao vivo, vistas pelo público num tempo e espaço específico (MELIM, 2008, p. 7). Seja ao vivo, em estúdio diante da câmera, registradas através de fotografias ou vídeos ou mesmo sem documentação, por sua essência arte e corpo, o performer, ao representar, estabelece um contato direto entre emissor e receptor. Utilizando de ações transgressoras enquanto toma os sentidos, visa causar uma intervenção modificadora e produzir significados.

As performances trabalham com todos os canais da percepção, isso se dando, tanto de forma alternada, quando simultânea. Elas são construídas sobre experiências tácteis, motoras, acústicas, cinestésicas e, particularmente, visuais. De fato, a maioria das classificações existentes são baseadas nessa taxonomia sensorial perceptiva (GLUSBERG, 2013, p. 71).

Percebo que obras vinculadas à linguagem performática são incutidas a mim como incômodo, cativando ideias e emoções que inspiram a imaginação, não concebendo respostas, mas acarretando inquietações, guardadas na memória, as quais ressurgem a qualquer momento, pois mais que vivências, são experiências.

Assim, considero que minha metodologia poética se desenvolve a partir do meu percorrer enquanto apreciadora das artes. Tenho como referência a expressão artística da performance, enquanto arte de ruptura e movimento contínuo, como importante relevância para o reconhecimento do trabalho de mulheres artistas. Nas produções artísticas, incorporo a performance enquanto linguagem e o corpo enquanto matéria para minha produção.

É por meio das produções que busco me curar, ao mesmo tempo que me inventar enquanto artista. Desse modo, este capítulo se dedica à apresentação das poéticas produzidas no decorrer do mestrado.

A construção das produções apresentadas começa com a realização de um estudo acerca da história da moda, considerando sua evolução junto às mulheres, reflexão apresentada no primeiro capítulo.

Durante o processo de pesquisa, tenho como referência a influência da moda na subjetividade feminina, e assim começo a perceber os cosméticos, as numerações padronizadas, a popularização das cirurgias plásticas, e a vasta divulgação dos padrões corporais vigentes, não como algo novo, característico da sociedade pós-moderna, mas como um projeto de continuidade da dominação masculina; não mais utilizando do recato como modelo a ser seguido, mas agora, explorando a exibição maciça de corpos forjados, promovendo o ódio da mulher ao próprio corpo.

A pesquisa não chega a resultados poéticos que comunicam a respeito aos tecidos e estampas, mas que problematizam a aparência, beleza, cosméticos e corpo, isso porque, considerando a relação entre moda e mulher, intermediada pelos recursos midiáticos e tecnológicos, chegamos à contemporaneidade em uma sociedade que associa consumo à imagem corporal. Nesse contexto, a beleza se tornou investimento e o corpo feminino constitui hoje, tanto sujeito, quanto objeto econômico.

Diante disso, inicialmente comecei a procurar, perceber e guardar objetos que me remetiam ao tema da pesquisa, incorporando às produções, materiais que referiam a moda, o corpo e a alimentação. Objetos esses que atuam como um lócus, encarnados de significado e valores são como “veículos”, que empregam fim ao resultado (DEWEY, 2010, p. 31).

Assim, tendo como suporte os materiais escolhidos, me valho da linguagem da performance enquanto categoria aberta, e realizo produções híbridas; instalação sonora, fotografia, fotoperformance e videoperformance. Compartilho aqui os resultados alcançados durante o percorrer do mestrado, no esforço de lucidar que a beleza feminina se tornou um empreendimento de dominação, tendo na moda, o mecanismo de manutenção.

3.1 UMA PEÇA POR UMA HISTÓRIA

A primeira poética elaborada para esta dissertação foi realizada em dois momentos, entre 2019 e 2020. “Uma Peça por uma História” trata de uma ação prepositiva ou ação colaborativa, executada na, até então, casa noturna MOVE, localizada na cidade de Rio Grande (Rio Grande do Sul), cidade natal e na qual residia na época.

O trabalho pode ser considerado um *site-specific*, por ter sido elaborado para se realizar durante o evento “Lambe Especial: É as gurias”, destinado somente ao público feminino, que ocorreu no dia 23 de novembro de 2019, promovido pela produtora Lambe Produções.

Fig. 37: Divulgação do evento



Fonte: Acervo pessoal

Na parte exterior da festa, o público feminino se deparava com uma placa acima de um sofá, anunciando “O que sua roupa tem a contar? Uma peça por uma história” e, ao lado do escrito, haviam peças de roupas usadas, dispostas em cabides. Se tratava de um convite para uma conversa, com o propósito de ouvir histórias e realizar trocas de experiências.

A iniciativa teve como escolha uma casa noturna, por ser um espaço de prazer do indivíduo pós-moderno, o qual se relaciona com a música desde a infância, um local no qual me identifico; por parte das peças disponíveis já terem sido utilizadas neste espaço e no mesmo se encontrar um público de faixa etária semelhante ao meu, intuí que aquelas mulheres haviam experienciado de forma parecida as mesmas mudanças tecnológicas, ambientais e estéticas.

Para a realização da primeira parte da poética “Uma Peça Por Uma História”, separei oito peças de roupas minhas que se encontravam sem uso, e tendo como vínculo condutor o vestuário, propus trocas de experiências. Assim, uma unidade é oferecida aos participantes, que tem disponibilidade de escolher entre as peças disponíveis.

O trabalho apresenta um roteiro, uma proposta apresentada àquelas que vão ao encontro da artista. Olhares curiosos, alguns desejam apenas saciar a curiosidade. Esclareço a dinâmica e aquelas que se dispõem a participar

escolhem uma peça e, a partir de sentimentos e lembranças invocados pelo vestuário escolhido se inicia uma conversa. Posteriormente, ocorreu uma inversão, que envolvia a memória do outro, e as participantes compartilharam uma narrativa vinculada a algum traje que vestiam na ocasião.

Apesar de possuir um roteiro inicial “Uma Peça Por Uma História” foi uma ação aberta, seu tempo de duração dependia da participação do público, iniciando entorno da meia noite, se estendendo até o final do evento, às seis horas da manhã. A ação que começou com a abertura da casa foi concluída por volta das três horas.

Na decorrência da ação, atenuei as fronteiras entre as memórias pessoais e a partilha com o outro, por meio de suas vestes e através de suas vivências, que num segundo momento, as participantes se tornam igualmente condutoras. Desse modo, durante a realização da dinâmica, fui “ao mesmo tempo, um propositor e um participante, numa ação que ocorre na presença do público, resultando em duas experiências: uma para os praticantes e outra audiência” (MELIM, p.61, 2008).

Fig. 38: Registro da ação durante o evento, Cassino, Rio Grande, RS, Brasil. Fotografia de Stephany Borges



Fonte: Acervo pessoal

Fig. 39: Registro da ação durante o evento, Cassino, Rio grande, RS, Brasil. Fotografia de Stephany Borges



Fonte: Acervo pessoal

A partir da performance, acessei as memórias que em mim habitavam, e as oito peças disponibilizadas contavam sobre minha adolescência; a depressão no início da fase adulta, dificuldade de me relacionar e o consumo como fuga, me proporcionando felicidade momentânea, mas também relatavam sobre relacionamentos, amizades e família.

A realização dessa ação foi um desafio pessoal, pois possuo dificuldade de entrosamento, e o vestuário serviu como dispositivo que impulsionou o início da ação. No decorrer da preposição, as roupas, enquanto linguagem, cedem lugar para as falas trazidas pelas participantes e é a partir dessa perspectiva que busco destacar no segundo momento do trabalho.

Durante as trocas realizadas na ação, ocorreu uma harmonia entre temas, percepções e vivências, explorando uma experiência de alteridade e, ao mesmo tempo, de reciprocidade. Os diálogos que se estabeleceram abordam desgaste, renovação constante do vestuário, insegurança aguçada pelo sistema da moda, malefícios à saúde física e psicológica, feminismo, afetividade e alternativas de

consumo, criando uma fuga das conversas “tradicionais” sobre as últimas tendências, ofertas e em qual loja foi comprada tal peça.

Apesar da saturação da imagem feminina já ocorrer desde a popularização da fotografia, sua fala na história ainda é recente. Por essa razão, a instalação de “Uma Peça Por Uma História” ofereceu registros em áudio da ação, negando o vestuário como a primeira fala do indivíduo em contato com o outro, como afirmado por muitos autores, e evidenciando vozes femininas.

O contexto de criação das peças expostas também teve um roteiro de criação, o qual estabeleceu referências a momentos da história do vestuário. Segundo Wolt (2020, p. 71), em 1977, quando as mulheres davam os primeiros passos nas profissões liberais, Jonh Molloy escreveu: “Como uma Mulher deve se vestir para ter Sucesso”, na qual realizou uma pesquisa concluindo que, sem trajes profissionais reconhecíveis, as mulheres enfrentavam maiores dificuldades para inserir respeito e autoridade. Segundo sua pesquisa, um ano depois que seu grupo de teste adotaram os “uniformes”, a atitude geral dos chefes com as mulheres melhorou de forma drástica, e um número duas vezes superior de mulheres foram recomendadas para a promoção. E ao testar os “uniformes” durante sua pesquisa, Molloy concluiu que o terno com saia era o “traje do sucesso”, recomendando que as mulheres profissionais o adotassem, por considerar que provocava uma igualdade de imagem. entretanto, o autor já observava que, caso as mulheres adotassem uniformes de trabalho, a indústria da moda ficaria alarmada, considerando uma ameaça à dominação.

Fig. 40: Ethel Smyth, 1915 - foi uma compositora e sufragista britânica, autora do "March of the Women", que se tornou no hino do movimento sufragista.



Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Boatswain%27s_Mate. Acesso: 20/12/2021.

Fig. 41: Coco Chanel, 1936 -

Foi uma estilista francesa, inovadora no campo da moda, fundadora da marca "Chanel". Desenhava roupas elegantes com tecidos fluídos e peças inspiradas no guarda-roupa masculino. Seu Tailleur vestiu grandes personalidades entre elas a primeira-dama americana, Jackie Kennedy



Fonte: <https://www.pinterest.ca/pin/394979829798268732/>. Acesso: 20/12/2021

Com o tempo, publicações contrariaram o discurso de Molloy, ao afirmar que as mulheres já estavam tão confiantes que poderiam abandonar o terno e expressar sua “feminilidade”, e a magreza, a beleza e o bom gosto passaram a constituir a autoridade da mulher, de acordo com Molloy:

todo indica que vestir-se para o sucesso na carreira e vestir-se para exercer atração sexual são modalidades quase mutuamente exclusivas, pois a percepção da sexualidade de uma mulher pode “ofuscar” todas as outras características. Espera-se hoje em dia que as mulheres que trabalham imitem os modelos da moda (WOLF, 2020, p. 72).

A indústria da moda terminou por criar roupas femininas de trabalho, mas com variedade de cores, combinações e recortes que promovem a perda do reconhecimento da camuflagem sexual que o uniforme masculino oferece.

Embora, hoje, o terno não seja mais uma peça exclusivamente profissional, deslocado e modernizado, sua introdução no guarda-roupas feminino faz parte do percurso histórico de vitórias femininas.

De modo que o blazer utilizado na ocasião da ação se junta à instalação sonora (Fig. 42 e 43), componente complementar à fala feminina por seu significado que é reforçado pelo seu tom vermelho, a cor remete à natureza feminina. A peça é complementada por um escrito em bordado de parte do anúncio exibido durante a preposição.

Para realização da instalação, aprendi pontos de bordado, prática desenvolvida pelas mulheres que, apesar de pouco reconhecida, visando um bom casamento, era primordial na educação das meninas.

As técnicas de costura costumavam ser passadas de geração em geração entre as mulheres da família. E o currículo escolar feminino, por muito tempo, manteve em sua grade escolar aulas específicas de corte e costura.

Para as famílias abastardas, as habilidades manuais eram necessárias para a conquista de um bom matrimônio, e garantir status econômico e social. As práticas com agulha eram um passa tempo, aplicadas no cuidado do lar, na realização de peças decorativas para casa, tinham “o propósito de não desviar das funções familiares e das competências femininas” (MALERONKA, 2007, p.

47). Além disso, serviam de forma lúdica, possibilitando um espaço de liberdade criativa.

Vistas de forma dócil e feminina, exercer as habilidades de corte e costura como forma de renda, não era um mal julgamento. Desse modo, para as mulheres das classes mais populares, os trabalhos manuais possibilitavam uma atividade remunerada. Essas práticas permitiam a combinação de vida doméstica e renda extra, podendo realizar o ofício sem horário fixo.

Quando empregados na educação das meninas de condições mais modesta, o ensino e o exercício de costurar e bordar tem outra finalidade: desenvolver aptidões que as colocassem, pelo trabalho honesto, ao abrigo das necessidades. Era das poucas opções que possibilitavam às mulheres conciliar os papéis femininos e os imperativos de subsistência (ibidem).

Comuns e femininos, trabalhos artísticos manuais como bordado, não eram normalmente considerados “belos”, ocupando um lugar secundário nas artes, mas a partir dos anos 1970, as feministas lutaram pela valorização do artesanato, defendendo como categoria de arte, uma vez que a desvalorização criativa da mulher é consequência também do desmerecimento dessas práticas.

A partir de tais perspectivas, o blazer bordado com parte do anunciado da ação, “O que sua roupa tem para contar?”, se apresenta na instalação ao lado do áudio, contribuindo para menção do trabalho como uma obra que trata do feminino, realizada para mulheres, problematizando através do tecido e bordado o quanto nossa voz ainda precisa ser ouvida, e como nossa aparência, por vezes, é usada como forma de silenciar nossas vozes. Ademais, a peça é complementar à instalação por simbolizar o corpo presente durante a realização da ação.

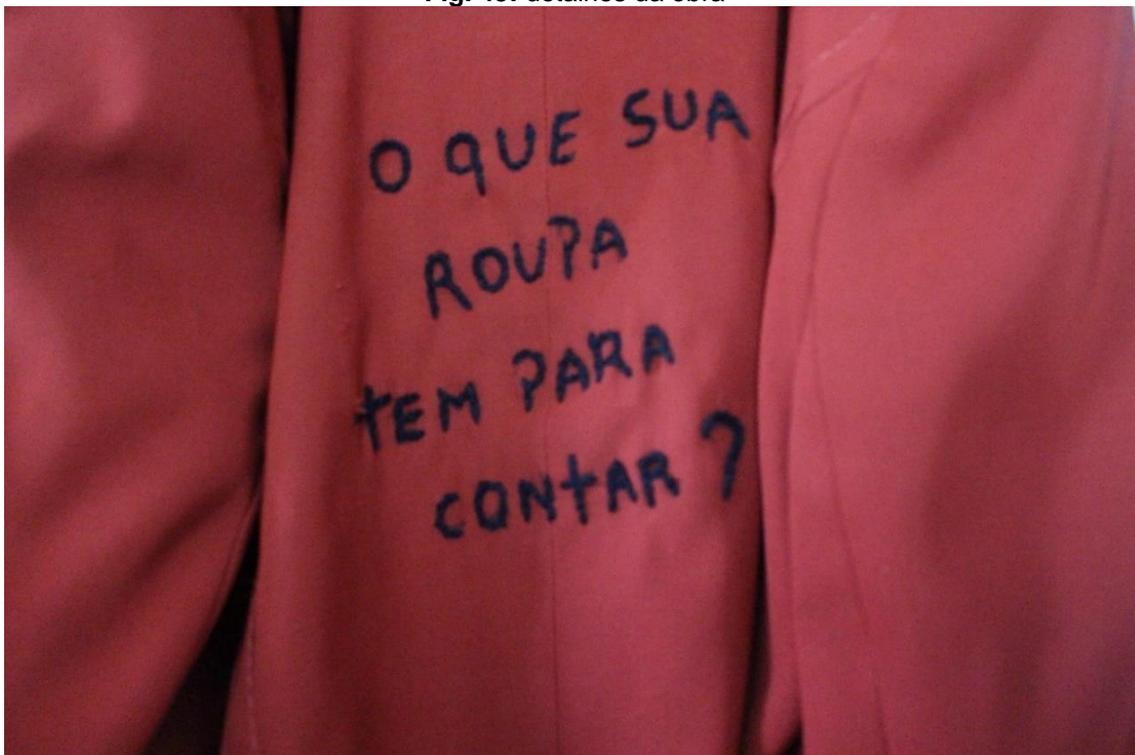
Fig.42: Cátia Vieira. Uma Peça Por Uma História. Instalação. (2019 - 2020)



Fonte: Acervo pessoal²⁶

²⁶ Áudio disponível em: <https://vimeo.com/manage/videos/651783376>

Fig. 43: detalhes da obra



Acervo Pessoal

3.2 SÉRIE

No primeiro capítulo, foi exposto que o avanço tecnológico e midiático oportunizou o desenvolvimento e difusão de modelos de beleza vigentes. Sem sombra de dúvidas, a representação social do corpo sofreu, e vem sofrendo, enorme transformação, assim, segundo Lipovetsky (2005, p.42 - 44), o narcisismo emerge desse novo imaginário social do corpo e, ao encontrar no culto do corpo sua forma de expressão, é responsável, tanto pela uniformização, quanto pelo interesse exaltado ao corpo que obedece a imperativos sociais.

Em sua obra "Vigiar e Punir", Michel Foucault (2013) elaborou o conceito de corpo "dócil", o qual é submetido a um poder disciplinar que se aplica a diversas instituições, por meio de uma manipulação no comportamento, tendo o propósito de tornar o corpo maleável e útil, ou seja, as pessoas são disciplinadas aos poucos sem perceber, docilizadas são utilizadas para serem produtivas de acordo com que as instituições desejam.

Apesar de relativamente recente, a tecnologia das redes sociais influencia no estilo de vida das pessoas, estimulando determinados hábitos, transformando e aperfeiçoando os corpos.

Os discursos presentes nas redes sociais, assim como os propagados em outros meios de comunicação, tendem a determinar técnicas de composição do adorno da carne, como por exemplo, estilos de andar, vestir e modelar o corpo de uma maneira sincronizada aos padrões estéticos presentes na sociedade (MOREIRA, 2020, p.149 - 150).

Assim, as redes atuam como as mais novas instituições de poder disciplinar, funcionam como recurso de vigilância, fazendo dos usuários, tanto obedientes, como úteis, se tornaram rapidamente um verdadeiro local de difusão e consumo dos padrões vigentes.

O Instagram, rede social criada pelo brasileiro Mike Krieger e pelo norte-americano Kevin Systrom, lançado em 2010, apenas para aparelhos Apple, e a partir de 2012, para outros aparelhos celulares, se popularizou ainda mais quando comprado, no mesmo ano, pelo Facebook²⁷, se revelando um exemplo de aplicativo de sucesso, atraindo o interesse das empresas ao se tornar eficiente na divulgação de marcas e, conseqüentemente, no retorno em vendas.

Com 2 bilhões de usuários ativos no mundo todo, o aplicativo ajudou a tornar pessoas, até então desconhecidas, em figuras públicas. Existem, hoje, centenas de influenciadores²⁸ digitais que compartilham em seus perfis o dia a dia e seus interesses, tendo como renda seus perfis ao divulgarem produtos por meio de publicações, mas para isso o número de seguidores é importante, quanto maior o número de usuários que seguem um perfil, maior o reconhecimento e o retorno financeiro.

Por sua característica de postagem de fotos, o Instagram é a mais nova ferramenta do corpo, se tornou o simulacro de validação de identidade ao apresentar a imagem.

²⁷ Facebook é uma mídia social e rede social lançada em 2004, em 2012, atingiu a marca de 1 bilhão de usuários ativos, sendo a maior rede social virtual em todo o mundo, permanecendo como maior empresa de redes sociais do mundo. Hoje, possui 2,7 bilhões de usuários ativos.

²⁸ Pessoas que tem o poder de afetar a decisão de compra do outro por meio de seu conhecimento, autoridade ou mesmo pela sua posição de respeito perante seu público.

Os perfis dessa rede funcionam como vitrines contendo um público-alvo: seguidores que procuram por determinados conteúdos, entre os usuários, existem as chamadas influencers fitness, as quais dedicam seus perfis a idolatria dos corpos ao mostrarem a rotina de treinos, dietas, produtos de saúde e alimentação corporal, compartilhando publicações que acompanham hashtags²⁹ como: #qualidadedevida, #saúde, #boaforma, #motivação, #beleza etc.

Tendo como premissa que o fácil acesso aos meios de comunicação é um fato, torna-se frutífero utilizar das redes sociais para além da disseminação de padrões de beleza, divulgação e a venda de produtos.

Ao analisar o texto “Senhor dos Escravos de Hegel”, Judith Butler (2020) destaca a posição de diferença entre corpos: “o escravo surge como corpo instrumental cujo trabalho provê as condições materiais da assistência do senhor, e cujos produtos materiais reflete tanto a subordinação do escravo quanto a dominação do senhor” (2020, p. 43).

Ao realizar uma analogia entre senhor e indústria corporal, temos o corpo feminino exibido como instrumento da indústria, a identidade dos produtos é projetada sobre os perfis, de modo que a indústria se faz descorporalizada:

uma ação pela qual se renega uma atividade, mas que, como ação, admite retoricamente a própria atividade que pretende negar. Renegar o próprio corpo, torná-lo “Outro” e depois estabelecer o “Outro” como efeito da autonomia é reproduzir o corpo de modo tal que a atividade de sua produção – e sua relação essencial com o senhor - seja negada (Ibidem, p. 43).

Essa ação pode ser exemplificada por modelos que se submetem a algum processo cirúrgico de emagrecimento para a realização de publicidade e o resultado se associa, não somente a uma falsa autonomia pessoal, como ao produto divulgado. Deste modo, o corpo que se expõem não é o corpo das corporações, mas um corpo que aceita se tornar outro, cúmplice para que o poder institucional masculino possa preservar o seu corpo, ao transformar e expor no lugar a imagem de outro.

²⁹ Hashtag é uma expressão comum entre os usuários das redes sociais, na internet. Consiste em uma palavra-chave antecedida pelo símbolo # usada para identificar temas, funcionando no Instagram como um agrupador de imagens relacionadas a determinado assunto.

Assim, a indústria utiliza dos influenciadores como substitutos, como força do seu trabalho e como aqueles que ocupam seu corpo, no entanto, por mais que as instituições tenham poder sobre estes corpos, não reconhecem sua substituição, pois isso iria lhe expor enquanto corpo.

Dessa forma, os influenciadores parecem atuar de forma autônoma, mas tem consciência do seu contrato de dissimulação, sabendo que se revelar ou imitar o corpo real perdem sua “autonomia”, sendo facilmente substituídos, uma vez que quando

O escravo descobre sua autonomia, mas (ainda) não vê que sua autonomia é o efeito dissimulado da autonomia do senhor. (Tampouco vê que a autonomia do senhor é ela mesma uma dissimulação: o senhor efetua a autonomia da reflexão descorporalizada e delega a autonomia da corporificação ao escravo, produzindo assim duas “autonomias” que, a princípio, parecem excluir radicalmente uma à outra.) (Ibidem, p.45).

As corporações usam de uma dissimulação duplicada, ao se utilizarem de corpos que se doam exaustivamente à criação de modelos vigentes, os quais não lhes pertencem; mas dissimulados enquanto autônomos, são fonte de informação de produtos, tendências, estilos de vida. São partes de um todo que se exibem enquanto vitrines para elevar objetos, ao promover engajamento com seu público que acompanha e tenta reproduzir ou se aproximar do mesmo conteúdo.

Para elaboração da “Série #”, tomei como referência o Instagram, enquanto rede social, pois acredito que seja um espaço ilusório, não somente de padrões de beleza, mas como estado de felicidade e contentamento.

A ferramenta surge na contemporaneidade como um álbum de fotos narcisista que somente se registra e compartilha os momentos felizes, uma vida editada, por vezes, forjada.

A produção surge tendo como referência o Instagram, mas começa a tomar forma a partir das etiquetas de numeração, guardadas em um acervo de objetos que julgo se relacionar com a proposta da pesquisa, separados durante o decorrer da elaboração desta dissertação.

Utilizando de fotografias em formato quadrado³⁰, retratando imagens de refeições que contam com interferência de etiquetas com numeração em pp e p, a “Série #” procura sinalizar a influência das redes sociais, em especial o Instagram, na reprodução de padrões vigentes corporais e comportamentais que reforçamos ao seguir ou reproduzir os modelos presentes na rede.

A encenação fotográfica evidencia essa rede como veículo narcisista, uma vez que, mesmo um simples café da manhã necessita de aprovação social, adquirida por meio das curtidas e comentários, já as etiquetas correspondem à padronização, os cânones que determinam que: para ser sentir bonita, deve estar dentro das medidas de magreza (PP, P), ressaltada demasiadamente nessa rede.

As hashtags são usadas neste aplicativo para manifestar humor, temas, estados de espírito ou qualquer coisa, sendo uma possibilidade de discurso. O símbolo também é usado para se conectar com vários usuários, pois mesmo aqueles que não estão conectados a seu perfil de usuário, podem ter acesso ao conteúdo postado através da busca de hashtags. Desse modo, a poética tem como nomenclatura “Série #”, possibilitando um preenchimento por meio daqueles que visualizam ao transportarem suas referências para o trabalho, assim como sua compreensão acerca da obra.

³⁰ Importante característica conceitual das fotos compartilhadas no aplicativo que propõem dar um ar vintage, valorizando uma estética analógica reforçada pelo logo que remete a uma câmera polaroid.

Fig. 44 - 45: Cátia Vieira. Série #. Fotografia Digital (15x15). 2020-2021).







Fonte: Acervo pessoal

3.3 SEM TÍTULO

Igualmente, foi apresentada, no primeiro capítulo desta dissertação, a reflexão acerca da felicidade agregada ao objeto de consumo. Associado a uma dimensão psicológica, o consumo se tornou expressão de felicidade, prazer e desejos, que se encarnam a um padrão corporal. Essas considerações permearam a criação da poética “Sem Título”.

O processo de difusão da moda tornou-a hegemônica, obrigando todos a se incorporar em razão da interação social. Ao tornar a moda influente na aceitação e nos desempenhos dos indivíduos, não somente estimula-se o desejo ao consumo, como se cria a necessidade.

Bombardeados por todos os lados com sugestões com o que precisamos nos equipar, se desejar manter ou alcançar a posição desejante, as marcas criam imagens que se associam a uma dimensão psicológica, vendem a ideia de bem-estar, satisfação e prazer de si mesmo, desse modo, a sociedade consome em busca de uma válvula de escape, ou seja, busca o desejo de felicidade.

No entanto, por mais que os consumidores se engajem em acompanhar as tendências, reproduzir os estilos de vida, se sentir satisfeitos e plenos, a indústria realiza seu domínio através de falsas promessas de engrandecimento, criando uma euforia rapidamente reduzida ao vazio, devido a lógica do descarte.

Após aquisição, a mercadoria é desfrutada enquanto status simbólico, e posteriormente, considerada obsoleta, é descartada, então o processo se renova por meio de um novo produto que incorpora os novos desejos dos consumidores. Dessa forma, é gerado um processo de obsolescência, de bens e experiências, os quais mantêm o apetite por felicidade infinito, no entanto de acordo com Bauman (2008), existe um método ainda mais eficaz, que consiste em:

ao satisfazer cada necessidade/desejo/vontade de tal maneira que eles só podem dar origem a necessidades/desejos/vontades ainda mais novos. O que começa com um esforço para satisfazer uma necessidade deve se transformar em compulsão ou vício. E assim ocorre, desde que o impulso para buscar soluções de problemas e alívio para dores e ansiedade nas lojas, e apenas nelas, continua sendo um aspecto do comportamento não apenas destinado, mas encorajado com avidez, a se condensar num hábito ou estratégia sem alternativa aparente (2008, p. 64).

Consequentemente, esses processos impedem o gozo por completo, seja pelas contínuas ofertas de necessidade supérfluas depreciadas e desvalorizadas logo após sua promoção ou pelos consumidores não darem conta de obedecer aos padrões espetaculares das divulgações.

Imersos nesse circuito de morte da moda, os indivíduos não são autônomos de si, vivem satisfações de curto prazo e, ao seguirem os estilos de vida que a indústria instiga, administram seus corpos como um patrimônio, investimento, que merece atenção, disposição e obstinação aos modelos vigentes, se tornando o próprio objeto de consumo, uma vez que

O objetivo crucial, talvez decisivo, do consumo na sociedade de consumidores (mesmo que raras vezes declarado com tantas palavras e ainda com menos frequência debatida em público) não é a satisfação de necessidades, desejos vontades mais a como modificação a recodificação do consumidor: elevar à condição de consumidores a de mercadoria vendáveis. É, em última instância, por essa razão que passar no teste do consumidor é condição inegociável para a admissão na sociedade que foi remodelado à semelhança do mercado (BAUMAN, 2008, p. 76).

Diante do exposto, a obra “Sem Título” é elaborada aspirando despertar para o processo de obsolescência, o paradoxo de consumo de satisfazer e criar necessidade, que dá continuidade ao consumo ao inserir o próprio consumidor no processo enquanto mercadoria.

Os objetos-signos fantasmagóricos reproduzem tendências que interferem no âmbito social, disseminam padrões de beleza, ditam estilos de viver, por vezes, ameaçam a saúde, principalmente, das mulheres, assim como, por vezes, causam sensação de ansiedade, frustração, impotência, vergonha e autodesprezo, e cercadas pelos limites do que é belo, influenciam o que faz com que nós reconhecemos enquanto indivíduos.

Para a realização da poética, utilizei de uma das vertentes da performance. Desde sua origem, a performance é acompanhada da fotografia que inicialmente cumpria a função de registro, no entanto quanto mais se explorava a linguagem performática, mais sua relação com a fotografia se tornava indeterminada.

Foi somente a partir dos anos 1990 que os críticos passam a examinar a noção de performance e seus possíveis desdobramentos nas artes visuais. Tais análises dividem opiniões, muitos dos autores compartilham que a performance se encerra no ato, vivendo somente no presente, qualquer registro é apenas uma documentação, um estímulo à memória. Já outros teóricos como Kristine Stiles:

prefere continuar utilizando o termo “performance” dentro de uma perspectiva de alargamento, incluindo nessa categoria distintos procedimentos. Para Stiles, performance pode ser desde simples gestos apresentados por um único artista ou eventos complexos através de experiências coletivas. Podem envolver grandes espaços geográficos, assim como diferentes comunidades, transmitidas via satélite e vista por milhares de pessoas, ou se resumir a pequenos espaços íntimos. Performances podem ocorrer sem audiência e sem documentação alguma, ou podem ser registradas através de fotografias, vídeos e filmes, entre outros. E esses meios acrescentados às ações se tornam a base de uma forma híbrida de performance (apud MELIM, 2008, p.38).

Para a realização da poética “Sem Título”, utilizei meu corpo como base para diversas peças de roupas femininas, que, sobrepostas, me cobrem completamente, moldados os trajes, criam uma composição que remete a uma cova ou caixão, reforçada pelo um ramo de flores acima, a produção é registrada por uma câmera, resultando em um objeto fotográfico, finalizada em preto e branco.

Ainda em uma leitura de Stiles por Melim (ibidem, p. 39), a autora completa ao dizer que os objetos resultantes contêm traços da ação, fazendo desse real, o que impede de serem somente um estímulo à memória. Partindo desse conceito, defendo a poética “Sem Título” como fotoperformance, modalidade vertente da performance que tem como particularidade ser uma ação ou ações trabalhadas para o registro através da câmera, tendo como resultado uma imagem.

“Sem Título” resulta da capacidade de uma imagem causar inquietação, no que respeita a influência que o consumo exerce em nossas subjetividades. Ao aceitá-lo, nos anulamos e a subjetividade é adoecida, assim, o resultado visual representa o luto, da anulação ocasionada pelo processo de obsolescência do consumo.

Fig. 46: Cátia Vieira. Sem Título. Fotoperformance. Fotografia digital. (2021).



Fonte: Acervo pessoal.

3.4 INDUMENTÁRIA 36

Outro ponto levantado no primeiro capítulo desta dissertação trata sobre a própria evolução da moda que, apesar de ter seu início na Idade Média, começa a ter o público feminino como principal alvo a partir da Revolução Francesa. A poética “Indumentária 36” busca repercutir sobre a evolução da moda e seu discurso acerca do corpo feminino.

Indumentária 36 foi, sem dúvidas, a produção mais demorada e desafiadora, sua criação começou a ser desenvolvida a partir de um desejo de realizar uma peça de roupa não usual feita de garfos, objeto que leva o alimento à boca.

A veste é inspirada na peça “Donzela de Ferro” a qual, segundo Wolf (p. 36), é uma espécie de caixa de tortura em formato de corpo da Alemanha medieval, ela trazia pintado membros e rosto de uma bela jovem sorridente. Ali, a vítima era encerrada sem pressa, quando a tampa se fechava, o corpo ficava imobilizado, morrendo de inanição ou pelos espigões de ferro encravados na parte interna da caixa.

Inicialmente, a obra não possuía um material que servisse como suporte para os talheres, sendo a montagem do vestido realizada por diversas vezes, com diferentes matérias, até o encontro da fita métrica, material usado entre outros materiais para medir a circunferência dos corpos e definir a numeração

Fig. 47: Donzela de ferro.



Fonte: <https://historiablog.org/2015/02/28/tortura-medieval-ou-fraude-moderna-a-invencao-da-donzela-de-ferro/>. Acesso: 20/09/2021.

do vestuário. O objeto também faz parte do acervo realizado durante decorrer desta dissertação.

O vestido foi criado por meio da interação entre garfos e fitas, e a escultura busca abordar a repressão que nós mulheres nos submetemos para nos mantermos dentro dessa estrutura de corpo considerado bonito e aceito.

Fig. 48: Primeira versão da poética
Indumentaria 36



Fonte: Acervo pessoal

A primeira versão do trabalho foi realizada em 2020, utilizando de corda em tom cinza, onde os garfos eram amarrados criando a estrutura, mas o resultado foi insatisfatório.

Devido ao peso dos garfos, a segunda tentativa, agora utilizando as fitas métricas, também não foi satisfatória, sendo necessária uma cola que fixasse metal, a montagem ainda foi reforçada pela costura das fitas métricas unidas uma à outra.

Passado a escolha dos materiais, o trabalho foi igualmente desafiador pelo processo de confecção. Embora já tenha aprendido noções básicas de costura, não possuía a prática nem conhecimento

acerca de modelagem; e ainda devido a sustentação por cola, e dificuldade de encaixar a roupa no manequim em razão dos garfos, também dificultaram a inversão da peça, necessária para realizar a costura ao avesso.

Finalizado o vestido, ele permitiu executar poucos movimentos devido sua estrutura de garfos em metal. De forma proposital, a condição da imobilidade faz referência aos trajes vestidos pelas damas da sociedade que representavam

suas famílias ao evidenciarem a capacidade de gastos do marido em sua aparência. Além do desconforto devido à falta de possibilidade de movimentos, os garfos, ao tocar a pele, podem ocasionar lesões, dessa forma, a estrutura remete a um objeto de tortura.

A nomenclatura “Indumentária 36” também contribui para o resultado da obra, segundo Roland Barthes (2005), enquanto o traje possui característica individual, a indumentária possui valor social, sendo independente ao indivíduo:

A moda é sempre de alcance da indumentária, mas sua origem pode corresponder a um outro movimento. Ora a moda é um fato de indumentária artificialmente criado por especialistas (por exemplo, a alta costura), ora é constituída pela propagação de um traje, reproduzido em escala coletiva por razões diversas (Ibidem, p. 272).

Logo, possuindo caráter de instituição social, a indumentária representa relação visual entre usuários e grupos. A magreza começou a se estabelecer como característica da indumentária quando, durante a Alta Costura, junto à nova arquitetura, diversificou modelos, oferecendo novas tendências, ocorrendo, também, a valorização da silhueta feminina reta e lisa.

Segundo Lipovetsky (2017), “a partir dos anos 1920, com a simplificação do vestuário feminino de que Chanel é de alguma maneira o símbolo, a moda se tornou, com efeito, menos inacessível por que mais facilmente imitável” (p. 85). Ainda assim, não eliminou os sinais da posição social, agora atribuídos a valores de magreza, juventude, sedução que, encorajados pelos avanços tecnológicos, chegam à contemporaneidade com a moda, tendo o corpo como seu elemento central. Assim, o número 36 representa o corpo cada vez mais indumentário, deixando de representar uma característica individual, para assumir um caráter social.

As fitas métricas que seguravam a estrutura dos garfos são uma metáfora ao consenso instituído pela indústria da beleza que, para se sentir atraente, é imprescindível ser magra. A obra também busca abordar a marginalidade da indústria do vestuário que, ao confeccionar, considera numerações pequenas, sem pensar em satisfazer as necessidades de outros modelos corporais, e mesmo com o surgimento de coleções, marcas e até lojas para tamanhos grandes nos últimos anos, ainda existe um descaso com as necessidades da

moda classificada como *plus size*³¹, as mulheres gordas se deparam com falta de acessibilidade, variedade e dificuldades em achar roupas que lhes sirvam pensadas para suas curvas, assim, dando ênfase em tal questão, a obra foi complementada com uma vídeoperformance de segundos, no qual vestindo a peça me examino em frente ao espelho.

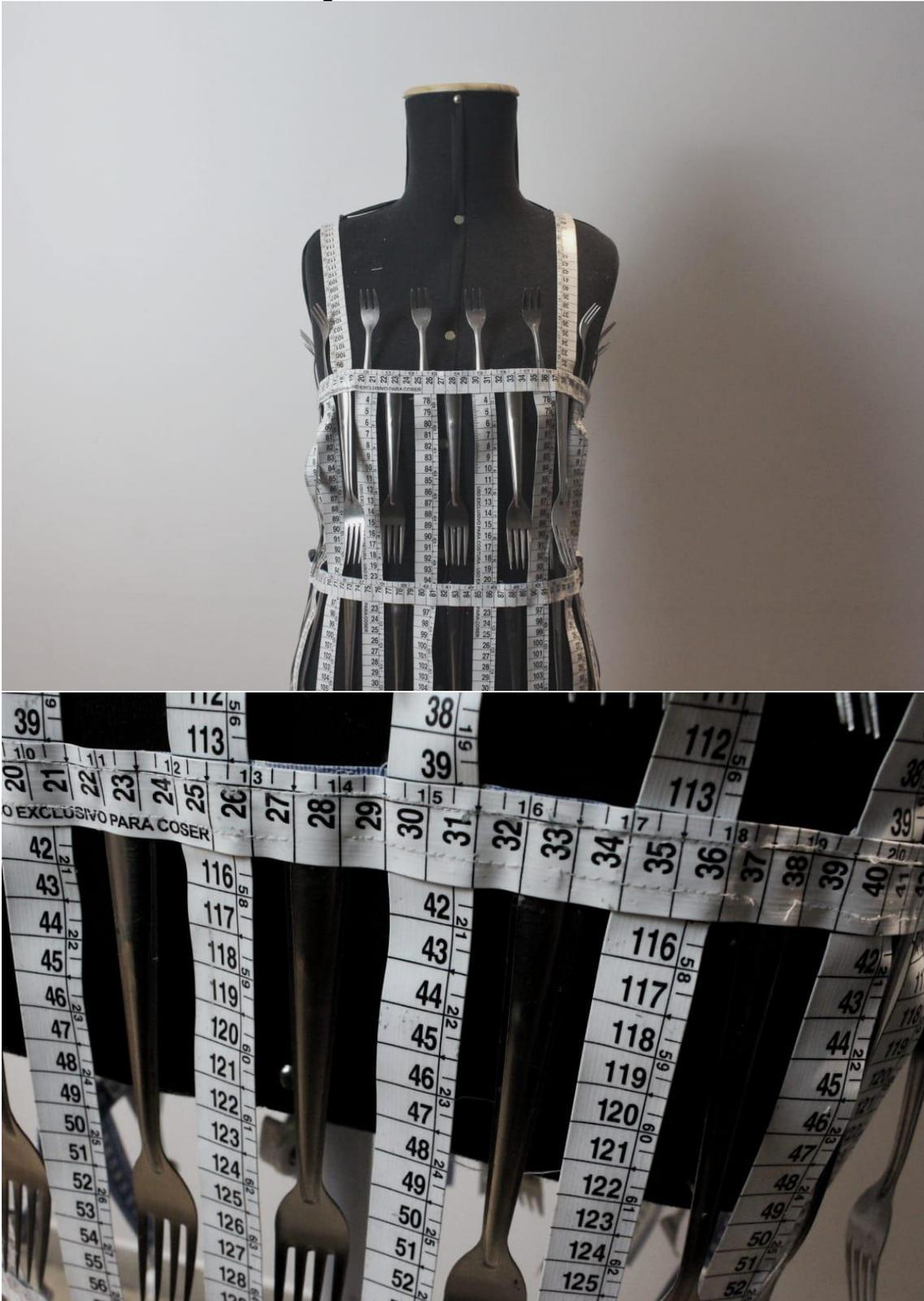
³¹ A expressão criada para definir as roupas com modelos acima do padrão, *plus size* quer dizer “tamanho maior”.

Fig. 49: Cátia Vieira. Indumentária 36. Escultura. Tamanho 89 com. (2020 - 2021).



Fonte: Acervo pessoal

Fig. 50 - 51: Detalhes do trabalho



Fonte: Acervo pessoal

Fig. 52 - 57: Cátia Vieira. Indumentária 36. Videoperformance. (2021)





Fonte: Acervo pessoal³²

³² Vídeo disponível em: <https://vimeo.com/665716277>

Fig. 58 – 65: Pratos confeccionados antes de serem arremessados



Fonte: Acervo pessoal

3.5 CUIDADO

Junto ao aporte teórico acerca da evolução da moda, estudamos paralelamente a história feminina, concluindo que, se anteriormente, tendo como objetivo o casamento, nós éramos preparadas para a área doméstica nos tornando donas de casa, mães e esposas, quando finalmente começamos a conquistar espaço na sociedade, as instituições predominantemente masculinas, já sem exercerem o mesmo poder sobre nós, empenham-se agora em controlar através da aparência.

Enquanto a autonomia feminina crescia aliada à alfabetização e ao aumento do poder aquisitivo, crescia igualmente o investimento no aperfeiçoamento em massa de produções de imagens de beleza dirigida às mulheres. Assim, utilizando dos recursos que a tecnologia dispõe enquanto incentivo, conforme as mulheres foram conquistando liberdade, aumentava-se a dedicação e os custos com a aparência, fazendo dos cuidados com a estética, uma preocupação primordial.

Com o avanço tecnológico, a publicidade foi expandida, reforçando a fantasia da beleza irreal, que só existe nas páginas e telas, enquanto isso, a indústria da moda e cosméticos expande, se antes a preocupação era com a vida doméstica,



aumenta-se a inquietação das mulheres com sua imagem.

Segundo Wolf (2020), de acordo com o instituto Humphrey de questões públicas, “quando são levados em consideração as tarefas domésticas, as mulheres do mundo inteiro acabam trabalhando o dobro de horas dos homens” (p. 43). Desse modo, a poética “Cuidado” teve em seu propósito, utilizar utensílios domésticos para ressaltar que, apesar das conquistas femininas, se libertando do lar, ganhando o espaço público, os objetos domésticos ainda são mais familiares às mulheres. Partindo destas colocações, a poética “Cuidado” foi elaborada na intenção de criar uma sobreposição que remeta a trabalho, beleza e casa.

Os pratos foram escolhidos por ser um objeto doméstico, que suporta o alimento, mas também possui caráter ornamental, sendo utilizadas peças especiais na decoração de cômodos da casa.

Assim, o trabalho remonta a mulher do lar, aquela que serve a mesa e aos olhos, contrapondo a imagem de figuras contemporâneas com *looks* modernos.

Os desenhos exibem modelos fotográficas que fazem de seus corpos, cabides ou esculturas para receber da forma mais sublime o traje, exibindo um glamour que, fora

das telas ou páginas, é inexistente.

O trabalho começou a tomar forma pela confecção dos pratos, ao realizar colagem de moldes encontrados em revistas e pinturas de modelos da coleção da Zara, loja de *Fast fashion*³³. No decorrer da produção, pensei na possibilidade de partir as louças no meio ou em três partes, deixando dispostas como um quebra-cabeças, mas devido à dificuldade de quebrar os pratos em tamanho vasto, acabei optando por deixá-los inteiros, e, posteriormente, optei por retalhar em uma ação documentada em vídeo, porém, não satisfeita com a captação da imagem preferi apenas isolar o áudio, resultando em uma instalação sonora documental da performance.

A ação de jogar os pratos é a representação do desejo de romper com a cobrança que ocasiona a sobrecarga que recai sobre as mulheres ao trabalhar e cuidar do lar, não podendo se descuidar da aparência.

O som dos pratos se espatifando, exibidos juntos aos objetos quebrados amontoados ao chão rentes a parede, estimulam o observador a se colocar no ato executado e, dessa maneira, participar da poética.

³³ Padrão de produção e consumo no qual os produtos são fabricados, consumidos e descartados rápido, estimulando a renovação constante das peças.

Fig. 66: Cátia Vieira. Cuidado. Instalação Sonora. (2020-2021).



Fonte: Acervo pessoal³⁴

³⁴ Áudio disponível em: <https://vimeo.com/655046089>

Fig. 67: Detalhes do trabalho



Fonte: acervo Pessoal

3.6 TAMBÉM VITRINE

A poética “Também Vitrine” começou a partir da minha mudança, saída de Rio Grande, interior do Rio grande do Sul, para ir morar na capital de São Paulo – SP.

Da saída do interior à metrópole, observei muitas mudanças no meu cotidiano, sendo que uma destas que me impulsionou a realizar a poética presente aqui. Morando próxima a Av. Paulista³⁵, já a alguns meses, comecei a perceber o local e toda região ao redor como um grande centro de exposição.

Na extensão da Paulista, artistas encontram seu público e tentam a sorte aos domingos, quando a rua é fechada para pedestres. Nesses dias, artesãos exibem seu trabalho e buscam seu sustento, assim como percebi muitos celulares e câmeras, vários cliques, pessoas fotografando para todos os lados, por vezes, verdadeiros ensaios fotográficos.

Contudo, o fato que me conduziu ao *insight* do projeto começou pela ciclovia. Nunca gostei de praticar exercícios, o único no qual sinto prazer em realizar é andar de bicicleta e, na quarentena, sedentária, morando a poucos minutos da ciclovia, me dispus a me exercitar frequentemente. Porém, após andar por algumas semanas, percebi a ciclovia da Av. Paulista, não somente um local para ciclistas, mas também como um ponto turístico, principalmente aos domingos e sábados, dias nos quais é comum vermos câmeras profissionais, refletores de luz, verdadeiros ensaios entre o passar das bicicletas; tais ensaios não estão isolados somente à ciclovia, rua ou região, e isto me encaminhou a desejar realizar algo semelhante nesse mesmo espaço da Av. Paulista.

³⁵Símbolo da cidade de São Paulo, sempre movimentada é considerada um dos principais centros financeiros da cidade, possuindo teatros, cinemas, museus e centros culturais e de compras, revela importância não só como polo econômico, mas também como centro cultural e de entretenimento.

Ainda sem saber, desejava realizar alguma coisa que chamasse atenção, perturbasse de algum modo, que criasse dúvidas, perguntas como: o que é este ato? Qual motivação? Etc. Deste modo, através da exposição, busquei realizar um trabalho que igualmente provoque estranhamento, me fazendo também vitrine.

Comecei a pensar em alguma ação que desse conta de arrematar meu objetivo, nesse momento, lembrei de um exercício realizado na disciplina de Oficina de Materiais, na qual era monitora, na ocasião, os alunos foram solicitados a realizar uma produção se embrulhando em jornais, diante do resultado alcançado decidi executar uma performance inspirada nesse exercício.

Fig. 68 - 69: Oficina de Materiais, 2015





Fonte: Acervo pessoal

A performance foi pensada em um primeiro momento para ser executada na Av. Paulista, local de grande movimentação, e o ato começou pelo selecionar das páginas, páginas e páginas que exibem uma beleza homogênea.

As cidades, assim como as revistas, são meios de comunicação. São Paulo é um local onde se tem muito para ver e tudo acontece a todo instante, desse modo, o trabalho foi realizado em uma quinta-feira, durante o decorrer de uma hora (das 17:30 às 18:30), sua execução foi meu andar pela Avenida coberta por páginas de revistas de moda e beleza, deixando de fora somente rosto, pés e mãos.

Av. Paulista é um grande local de movimentação, no entanto, a rotina corriqueira da semana tornou um local de deslocamento, passagem e de troca de materiais, no qual percebi que as pessoas são ignoradas, pois não existe mais tempo para notar o outro, notar a si ou o meio em que se vive, tudo se torna passageiro. Assim, minha ação ocasionou naturalidade diante do estranhamento, atenção desatenta.

Enquanto desfilei pela ciclovia, um olhar rápido dos carros parados, do moço que espera o semáforo para atravessar a faixa, das moças que lavavam as mãos no banheiro do shopping, ao descanso de quem lê, namora ou passeava na praça, somente na pausa sou vista e alguns se deixam ser invadidos, para aqueles que correm para pegar o metrô, qualquer estranhamento que poderia causar é ignorado.

Apesar do resultado alcançado, é interessante observar na execução da ação, o destaque dos cânones nas páginas que, pelo cobrir de meu corpo, no decorrer da ação entraram em contraste com tantos corpos e belezas diversificadas, negando a legitimação do conteúdo de tais revistas.

Ainda, o resultado me levou ao desejo de realizar novamente a ação, agora foi em um domingo, pois acredito que, devido ser um dia reservado ao lazer, a ação pode ocasionar maior repercussão e observação, uma vez que é possível um olhar diferenciado sobre o espaço urbano, acredito nisso, em vista de eu mesma já ter parado em domingos na Paulista para apreciar o talento de artistas. No entanto, desta vez, o local planejado foi o Minhocão³⁶, fechado aos sábados e domingos para pedestres, fica a minutos da minha residência atual, tendo vínculo com local no qual habito no momento.

³⁶ Construído com o intuito de desafogar o trânsito, é uma via expressa elevada da cidade de São Paulo. Atualmente, a via fica aberta para carros de segunda a sexta, das 7 às 20 horas, permanecendo fechada para veículos nos demais dias e horários, inclusive em feriados nacionais, quando é aberta apenas a pedestres e ciclistas.

Fig. 70 - 74: Cátia Vieira. Também Vitrine. Performance urbana. Duração 1h. (2021). Registros: Natalia de Oliveira







Fonte: Acervo pessoal³⁷

³⁷ Vídeo disponível em: <https://vimeo.com/654772869>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante esta dissertação, acerca da influência da indústria (moda) corporal na subjetividade feminina, na construção dos capítulos, percebi que a indumentária foi se modificando, tanto em sua elaboração, quanto em seu desempenho social. Assim, conforme o homem tornava suas roupas mais simples, à medida que, as mulheres se tornam menos confinadas ao lar, os custos com roupas aumentavam. Com a popularização de revistas e fotografias com anúncios com ideais de beleza invadiram a esfera da classe média e, ao mesmo tempo que a mulher vai conquistando espaço e avançando no mercado de trabalho, os empregos eram marcados pela persistência do caráter feminino, no qual, a boa aparência é uma virtude. Quando, na segunda onda, o movimento feminista derruba a feminilidade, tudo que resta é o corpo, milhares de imagens em voga são divulgadas, o corpo é posto a mostra, e assim, ao mesmo tempo que a mulher foi ganhando liberdade, teve sua representação condicionada ao consumo.

Disciplinado pelas mídias e tecnologias, os estereótipos impregnam o corpo, aliados aos objetos signos, assumem dimensão psicológica, com isso passa-se a consumir desejos. No entanto, promovido por instituições predominantemente masculinas, o mal-estar excitado pelo distanciamento entre o real e o idealizado acaba fazendo com que as mulheres se sintam culpadas ao não corresponderem a padrões espetaculares, obrigando-as a consumir o possível para chegar o mais próximo. Com isso, diante da submissão, consomem acomodação, produção, difusão e consumo, se tornando, também, produto ao ter aparência, corpo, saúde e vida controlada.

O referencial artístico apresentou artistas contemporâneas que abordam a exibição maciça do culto ao corpo feminino, citando um corpo-status-objeto, procedimentos estéticos, dietas. Os recursos utilizados alusivos à indústria da beleza, maquiagem, roupa, revista, cinema, linguagem publicitária, redes sociais e marketing digital realizam aproximações entre as artes e a indústria corporal, sendo assim, ambas foram estímulos para exploração da problematização dos estereótipos da mulher e do corpo aprisionado. E é junto a uma recapitulação das minhas primeiras produções, enquanto pesquisadora e artista, que procuro

uma linguagem para me expressar e percebo que no momento em que me comunico com a performance, lugar no qual as artistas reclamam sua identidade dentro da Arte, começo a me despendar da aparência, ainda que de forma parcial, começando a entender os malefícios da indústria corporal e identificando como local de opressão.

No buscar a transgressão à moda, compreendi, por meio da realização desta dissertação, a urgência de entender a relação existente entre indústria corporal, mídia, corpo e saúde. Partindo dessas premissas, apresentei poéticas visuais com ações que reduzem as fronteiras entre memórias pessoais e a partilha com o outro por meio de vestes; abordei a difusão de modelos de beleza pelas novas mídias; o narcisismo que emerge do imaginário social do corpo; a felicidade agregada ao objeto de consumo; inserção do consumidor no processo enquanto mercadoria; evolução da moda; seu discurso acerca do corpo feminino e repressão que nós mulheres nos submetemos para nos manter dentro da estrutura de um corpo considerado bonito e aceito.

Ao refletir a respeito da influência da indústria corporal, na elaboração desta dissertação, assim como nas elaborações poéticas, o processo não me fez deixar de adorar a indústria da moda, minha relação ambígua de amor e ódio continua, no entanto, após o levantamento da sua evolução junto à história feminina, levando em contas as questões pertinentes à contemporaneidade, a pesquisa me proporcionou questionamentos por estar diante dessa indústria, possibilitando uma atitude menos passiva.

Ao concordar menos com os padrões da indústria corporal, o trabalho me fez respeitar mais o meu corpo e suas limitações, considero este ser o maior ensinamento enquanto pesquisadora e artista. Porém, apesar de tudo se tratar de uma questão ainda viva, acredito que se faça necessário dar continuidade ao assunto, ainda que fora da academia.

Durante a pesquisa, por meio de minha vivência e conhecimentos adquiridos, reconheço este como meu lugar de debate, assim identifico o poder de transformar o conhecimento adquirido, em poéticas conscientizadoras, o compartilhar de conhecimento.

Em minhas proposições poéticas, ao utilizar do corpo, imagem e possibilidades da linguagem performática, de objetos comuns à indústria corporal, objetos ganham uma nova vida. Rupturas começam a contrapor a indústria, provocando novas percepções sobre o explorar da exibição maciça e o uso da aparência como continuidade da dominação masculina, concluo que a pesquisa me oportunizou um caminho a percorrer enquanto artista no qual, o ser mulher e uma amante da moda caminhe junto com minhas produções, observando possíveis transgressões que se deem em minha vida como em meus trabalhos, a partir do pensar à moda como forma de comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, Giorgio. **Nudez**. 1 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.

AHLERT, Jacqueline; MORAES, Adriano Cunha de. Barbara Kruger: os limites entre linguagem da publicidade e propaganda e da linguagem artística. **Intercom** – Curitiba - PR – 26 a 28/05/2016. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgicfindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.portalintercom.org.br%2Fanis%2Fsul2016%2Fresumos%2FR50-0192-1.pdf&clen=921849&chunk=true>. Acesso. 28 dez. 2021.

ANDRADE, Angela; BOSI, Maria Lúcia Magalhães. Mídia e subjetividade: impacto no comportamento alimentar feminino. **Rev. Nutr.**, Campinas, v. 16 n. 1, 117-125, jan./mar., 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rn/a/DwyJjBYbgKGMzGKTt6S3GjR/?lang=pt>. Acesso em: 28 dez. 2021.

ARCHER, Michael. **Arte Contemporânea: uma História Concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2021.

BALDINI, Massimo. **A invenção da moda: as teorias, os estilistas, a história**. 1. ed. Lisboa: Edições 70, 2015.

BAUDRILLAD, Jean. **A sociedade de consumo**. 1. ed. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: As transformações das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BARTHES, Roland. **Inéditos vol. 3 – Imagem e moda**. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

BORIS, Georges Daniel Janja Block; CESILIO, Mirella de Holanda. Mulher, corpo e subjetividade: uma análise desde o patriarcado à contemporaneidade. **Revista Mal-estar e Subjetividade** – Fortaleza – Vol. VII – Nº 2 – p. 451-478 – set/2007. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcgicfindmkaj/viewer.html?pdfurl=http%3A%2F%2Fpepsic.bvsalud.org%2Fpdf%2Fmalestar%2Fv7n2%2F12.pdf&clen=174169&chunk=true>. Acesso em: 28 dez. 2021.

BRETON, David. **A deus ao corpo: Antropologia e sociedade**. 6. ed. Campinas: Papyrus. 2013.

BUTLER, Judith. Um ensaio sobre fenomenologia e teoria feminista. In: MACEDO, Ana Gabriela; RAYNER, Francesca (Org.). **Gênero, Cultura Visual e Performance**: Antologia Crítica. Ribeirão: HÚMUS, 2011. p. 69-87.

BUTFLER, Judith. **A vida psíquica do poder**. 1. ed. Belo Horizonte. Autêntica, 2020.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**. 1. ed. São Paulo: Paralelo 2016

CASTRO, Laise Lutz Condé de. O Feminismo está na Moda: as capas do Manifesto Feminista da Revista Elle Brasil. **Revista Práxis**. Novo Hamburgo. a. 14. v. 1. jan./jun. 2017. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistapraxis/article/view/1194/187> 1. Acesso em: 28 dez. 2021.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2013.

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **O Anti-Édipo**: Capitalismo e Esquizofrenia. 1. ed. São Paulo: 35, 2010.

DEWEY, John. **Arte como experiência**. 1. ed. São Paulo: Martins fontes, 2010.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Lisboa: 70, 2013.

FURTADO, Tereza Veiga. **Videoarte de Mulheres**: nossos corpos nós mesmas. Corpo, identidade e autodeterminação nas obras de videoartistas influenciadas pelos feminismos. Tese de Doutorado em Sociologia. Faculdade de ciências sociais e humanas universidade nova de Lisboa. Disponível em: <https://run.unl.pt/handle/10362/14507>. Acesso em: 28 de dez. 2021.

GALVÃO, Patrícia, **Parque Industrial**, 2013 acesso pelo linkedin sem maiores informações.

GLUSBERG, Jorge. **A Arte da performance**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.

GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. 1. ed. São Paulo: Editora Senac, 2010.

JACOB, Helena. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. **Revista Comunicare – Dossiê Feminismo**. V. 14 – Nº 1, 88-105 – 2014. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpcgclclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fcasperlibero.edu.br%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F08%2FRedes-sociais-mulheres-e-corpo.pdf&clen=367806&chunk=true>. Acesso em: 28 dez. 2021.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: Ensaio sobre o individualismo contemporâneo. 1. ed. Barueri: Manole, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do Efêmero**. 7. ed. São Paulo: Editora Scwarcz S.A, 2017.

MALERONKA, Wanda. **Fazer roupa virou moda**. 1. ed. São Paulo: Editora Senac, 2007.

MELIM, Regina. **Performance nas artes visuais**. 1. ed. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed, 2008.

MOREIRA, Marília Diógenes. A Construção da Imagem Corporal nas Redes Sociais: padrões de beleza e discursos de influenciadores digitais. **PERcursos Linguísticos**, Vitória (ES), v. 10, n. 25, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/percursos/article/view/30680/21747>. Acesso em: 28 dez. 2021.

PEREIRA, Hiáscara Alvez. **O Corpo na Poética de Nazareth Pacheco na Década de 1990**. Programa de Pós-Graduação em Artes. Universidade Federal Do Espírito Santo, Centro de Artes. Disponível em: <https://repositorio.ufes.br/handle/10/2089>. Acesso em: 28 dez. 2021.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2019.

PERROT, Michelle. **Os excluídos da história**: operários, mulheres e prisioneiros. 8. ed. Rio de Janeiro, 2017.

PRIORE, Del, Mary. **Histórias e conversas de mulher**. 2. ed. São Paulo: Planeta, 2014.

RANCIÈRE. Jacques. **O espectador Emancipado**. 1. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

RKHAIN, Jamyle. **Uma autobiografia de Nazareth Pacheco na Galeria Kogan Amaro**. Arte exposição. 30 de maio de 2019. Disponível em: <https://artebrasileiros.com.br/arte/uma-autobiografia-de-nazareth-pacheco-na-galeria-kogan-amaro>. Acesso 28 dez. 2021.

SALLES, Cecilia Almeida. **Gesto Inacabado**. 5. ed. São Paulo. Intermeios, 2011.

SOARES, Clebea Lúcia. **A Vestimenta na Série *Untitled Film Stills* de Cindy Sherman**. Mestrado em artes. Programa de Pós-Graduação Universidade Federal de Uberlândia – UFU. Disponível em: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Frepositorio.ufu.br%2Fbitstream%2F123456789%2F22374%2F3%2FVestimentaS%25c3%25a9rieUntitled.pdf&clen=27880345. Acesso em: 28 dez. 2021.

SVENDSEN, Lars. **Moda uma filosofia**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

WOLF. Naomi. **O Mito da beleza**. 13. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020.