

INSTITUTO DE ARTES - IA UNICAMP

**“PORQUE VOCÊ É MENINA”: REFLEXÕES VISUAIS SOBRE O MACHISMO
COTIDIANO**

Projeto Experimental em Artes Visuais

Aluna: Elizabeth Dafne Mendes

Orientador: Prof. Dr. Edson do Prado

Pfützenreuter

CAMPINAS 2020

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca do Instituto de Artes
Sílvia Regina Shiroma - CRB 8/8180

Mendes, Elizabeth Dafne, 1996-
M522p "Porque você é menina" : reflexões visuais sobre o machismo cotidiano /
Elizabeth Dafne Mendes. – Campinas, SP : [s.n.], 2021.

Orientador: Edson do Prado Pfitzenreuter.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Estadual de
Campinas, Instituto de Artes.

1. Feminismo. 2. Cartazes. 3. Colagem. I. Pfitzenreuter, Edson do
Prado, 1957-. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Artes. III. Título.

Informações adicionais, complementares

Título em outro idioma: "Because you are a girl": visual reflections about everyday machismo

Palavras-chave em inglês:

Feminism

Posters

Collage

Titulação: Bacharela em Artes Visuais e Licenciada Plena em Artes - Artes Visuais

Banca examinadora:

Jade Samara Piaia

Marcelly Camacho Torteli Faria

Data de entrega do trabalho definitivo: 15-01-2021

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Wilson e Margareth, assim como à minha irmã, Elaine, pelo apoio incondicional que sempre me deram, o que me fez chegar até aqui. Vocês são meus amores e minha base!

Agradeço ao Prof. Edson Pfutzenreuter por toda a orientação, indicações que vão de textos a filmes e *podcasts*, que me agregaram muito durante esse trajeto. Agradeço também pelos momentos de conversa, que foram os que muito me motivaram a continuar durante os desânimos com o isolamento social: mais que um orientador, foi também um grande amigo!

Agradeço ao meu companheiro, Jair, por toda a paciência e apoio que me deu durante os momentos bons e ruins dessa jornada, além de compartilhar comigo suas experiências.

Sou muito grata à Unicamp, que me ajudou muito a realizar grandes sonhos, me deu grandes oportunidades e me permite ir cada dia mais longe. Por todas as experiências que me trouxe ao longo desses anos, por ter tido contato com professores excepcionais, e por ter me trazido grandes amigos.

Agradeço às minhas grandes amigas Eduarda, Daniela e Giulia por estarem ao meu lado e serem tão carinhosas. São elas que me fazem rir, me divertir e lembrar das coisas boas da vida. Espero que logo estejamos juntas de novo!

Resumo

“Porque você é menina” é um projeto que acontece frente a uma reflexão envolvendo cultura visual, cartaz, comunicação e feminismo. Tecendo esses temas, procura-se realizar um trabalho artístico que investiga a manifestação do machismo na sociedade. O interesse pelo tema vem de observações sobre como se dão os fenômenos visuais na sociedade, uma vez que os mesmos possuem uma potencialidade formativa extremamente poderosa. A criação, a reprodução e a veiculação de imagens, desde seus primórdios, são fatores de grande importância na construção do imaginário social, ou seja, influenciam a nossa maneira de ver e entender o mundo. Por outro lado, esse repertório imagético comum que possuímos está submerso em ideologias, relações de poder e dominação. Tendo isso em vista, a ideia é entender melhor sobre como se dão essas influências, com foco na construção da imagem estereotipada do feminino, e como isso colabora com as violências de gênero que permeiam toda a nossa história. Deste modo, a ideia do projeto é que a partir dessa reflexão sobre o visual, sejam confeccionados cartazes com a técnica de colagem que provocam um diálogo sobre como a imagem que se cria do feminino é reforçada diariamente na sociedade, através de imagens, palavras e costumes reproduzidos incessantemente, de modo que passam a ser considerados “naturais”.

Palavras-chave: Feminismo. Cartaz. Colagem.

Sumário

1. Introdução	5
2. Cultura Visual	5
3. O cartaz	7
3.1. O cartaz como ferramenta para a difusão de ideias	7
3.2. O interesse pelo cartaz	9
4. Colagem	10
4.1. Uma breve contextualização	11
4.2. Colagem Feminista	13
5. Feminismo	15
6. O projeto	18
6.1. Processo criativo	18
6.2. Aspectos formais	20
6.3. Os cartazes	22
6.3.1. “Porque você é menina.”	22
6.3.2. “Aonde você acha que vai com essa roupa?”	24
6.3.3. “Você tá histérica!”	25
6.3.4. “Aqui não é lugar de menina”	27
6.3.5. “Será que foi mesmo estupro?”	28
6.3.6.. “Pra ficar bonita tem que sofrer”	30
7. Considerações finais	31
8. Referências bibliográficas	31

1. Introdução

O presente trabalho se dá frente a uma reflexão que envolve a cultura visual, o cartaz, a comunicação e o feminismo. Tecendo esses temas, busca-se realizar o trabalho artístico com a base teórica que se dá a seguir. O interesse pelo tema vem de observações sobre como se dão os fenômenos visuais na sociedade, uma vez que os mesmos possuem uma potencialidade formativa extremamente poderosa. A criação, a reprodução e a veiculação de imagens, desde seus primórdios, são um fator de grande importância na construção do imaginário social, ou seja, influenciam a nossa maneira de ver e entender o mundo.

É fato que todo esse repertório imagético comum que possuímos está submerso em ideologias, relações de poder e dominação. Tendo isso em vista, a ideia é entender melhor sobre como se dão essas influências, com foco na construção da imagem estereotipada do feminino, e como isso colabora com as violências de gênero que permeiam toda a nossa história. Assim, o projeto consiste na criação de cartazes feministas, utilizando-se a técnica de colagem. A principal ideia é construir um diálogo entre o cotidiano e as frases que reforçam opressões históricas contra o feminino.

2. Cultura Visual

A cultura visual é uma área de estudos que busca entender como funcionam processos culturais, os costumes visuais das sociedades e seus impactos no cotidiano. Somos cercados de imagens: imagens que entretêm, vendem, com mensagens sobre o que devemos vestir, comer, aparentar, pensar e nos comportar.

Para Mirzoeff (2003), a visualização caracteriza o mundo contemporâneo (apud SARDELICH, 2006). E ainda, de acordo com Dondis (2003, p. 5-6), “praticamente desde nossa primeira experiência, passamos a organizar nossas necessidades e nossos prazeres, nossas preferências e nossos temores, com base naquilo que vemos”. Assim, é de extrema importância destacar a característica formadora e alfabetizadora que as imagens têm sobre o indivíduo.

Grande parte das imagens que fazem nossa mediação com o mundo chegam através das tecnologias de informação e comunicação. Atualmente, o comércio é o meio de legitimação mais abrangente, eficiente e, ao mesmo tempo, perverso da veiculação de

imagens: é o consumo de bens que determina o consumo de imagens na contemporaneidade. Deste modo, o imaginário social é construído em volta de uma lógica de consumo, relações de poder e dominação, de maneira que cria realidades. Segundo Lipovetsky e Serroy (2015), em toda parte o real se constrói como uma imagem, e ainda: “o consumo como componente estético adquiriu uma relevância tal qual que constitui um vetor importante para a afirmação identitária dos indivíduos”. Ver, se torna, ainda, o resultado de uma construção cultural híbrida. O indivíduo, ao ver, escutar, falar e se expressar, vai tirar suas concepções do próprio repertório pessoal, que é baseado em um imaginário coletivo. Percebe-se, nas palavras de Sardelich,

A importância da cultura visual não apenas como campo de estudo, mas, também, como economia, negócios, tecnologia, experiências da vida diária, de forma que tanto produtores como intérpretes possam se beneficiar do seu estudo. (SARDELICH, 2006)

Com essa breve reflexão sobre o que é a cultura visual, entramos com a pergunta: quais realidades estão sendo construídas através das imagens cotidianas? Quem é responsável por construir essas imagens? Como nós, criadores e produtores de imagens nos posicionamos em relação a essa lógica e como podemos interferir nela de modo que consigamos alterar e questionar essa cultura a partir da nossa ação?

Pensando no visual como um espaço passível de criar e discutir significados, tomaremos o conceito de visualidade expandida, apresentado por Villalobos e Lozano (2014), que é entendido como:

Instrumento de descolonização epistemológica (descolonização de nossos próprios saberes), descolonização da história da arte ou da estética, mas também do etnocentrismo, do eurocentrismo e do machismo com os quais são construídos discursos oficiais em termos de história e filosofia. (VILLALOBOS E LOZANO, 2014)

Assim, para os autores, é possível começar a explorar o não visível, o não visto e o anormal como nossos espaços de produção de conhecimentos alternativos.

Existem muitos meios de consumo de imagens que compõem a cultura visual: televisão, jornais, revistas, redes sociais, cartazes, outdoors, websites, livros, cinema, entre outros. Neste trabalho, focaremos no estudo da criação e veiculação dos cartazes.

3. O cartaz

O cartaz aparece no final do século XIX nas ruas das cidades em desenvolvimento, como expressão da vida econômica, social e urbana; até hoje é um elemento importante do cotidiano nas cidades, sendo um componente cultural e estético muito presente nestes ambientes, principalmente nos países capitalistas. Moles (1974), diz que se, por um lado, o cartaz se mostra como um recorrente motor da sociedade de consumo, por outro, também pode ser considerado uma forma de arte na cidade. Segundo Hollis (2001), o design gráfico e o pôster se dão como uma maneira de estender a arte à vida moderna nos países europeus e norte-americanos no século XX.

3.1. O cartaz como ferramenta para a difusão de ideias

Das utilizações do cartaz na história descritas por Hollis, em seu livro “Design Gráfico: uma história concisa” (2001), destacamos três períodos em que o uso dessa ferramenta de comunicação se deu como essencial para o seu próprio desenvolvimento, e decisivo para os acontecimentos da época. O primeiro deles desenrolou-se durante a Primeira Guerra, entre 1914 e 1918: o design visual foi considerado uma técnica de extrema importância para a informação e instrução da população, de modo que era utilizado pelos governos de maneira apelativa para o recrutamento de soldados para a guerra. O apelo sentimental buscava força em sentimentos como patriotismo, heroísmo, autoridade, e até mesmo arrependimento por parte daqueles que cogitavam não participar.

Durante a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), os cartazes foram produzidos para os mesmos fins e, ainda, para promover as eleições. Começa-se a usar a fotografia como importante ferramenta de persuasão e apelo emocional, carregando uma falsa ideia de objetividade. Nesse momento, começam a surgir os cartazes de resistência, que denunciam as atrocidades da guerra e buscam gerar sensibilidade, com usos simbólicos da imagem de mãe e filho, crianças, símbolos políticos, entre outros. Para exemplificar, podemos usar os cartazes de Jean Carlu e Roca Catala, que buscam, de diferentes maneiras, protestar contra a guerra:



Figura 1: Jean Carlu
Pelo desarmamento, 1932
Poster

Figura 2: Roca Catala
“Esmaguemos o fascismo”, 1937
Poster

É no final dos anos 60 que a produção de cartazes de protesto se dará de maneira abundante e significativa. Com as guerras e revoluções vigentes, estudantes e militantes de várias partes do mundo enxergam no cartaz uma solução de comunicação muito eficiente para apelos à paz e ao desarmamento, usando os cartazes para a promoção cultural, artística e de ideais revolucionários. Um exemplo de movimento que surgiu na França em 1968, com a guerra do Vietnã e o movimento estudantil de maio de 68, é o Atelier Populaire, o qual reuniu inúmeros estudantes que começavam a questionar aspectos culturais da época, assim como a veiculação de imagens, colocando em pauta vários ideais do movimento. Assim, o cartaz

(...) era uma arma de propaganda, de resposta rápida, como se viu na Tchecoslováquia após a invasão soviética em 1968. Era usado por grupos de estudantes para estimular ondas de protesto contra as autoridades, além de servir de voz para feministas e ativistas em questões sociais. (HOLLIS, 2001, p. 199)



Figuras 3, 4 e 5:
Atelier Poupulaire
Pôsteres, 1968,
Paris

3.2. O interesse pelo cartaz

O cartaz nos interessa uma vez que, fazendo parte da cultura imagética, como já vimos anteriormente, tem consequências sobre o nosso próprio modo de viver, dando-se como “uma reunião de signos cujo caráter essencial será modificar, de alguma maneira, o comportamento visível ou futuro do receptor” (MOLES, 1974, p. 72). Deste modo, o cartaz possui uma potencialidade para a *autodidaxia*, conceito trazido por Moles (1974), que pode ser explicado como:

Autoformação do indivíduo por contemplação - a um nível de atividade extremamente fraca, quase passiva, mas indefinidamente renovada - de um certo número de imagens que são elementos da cultura; o inventário da civilização cotidiana, o conhecimento dos objetos, das funções e dos serviços. (MOLES, 1974, p. 51).

Moles destaca seis funções principais do cartaz: informativa, publicitária, educativa, de ambiência, estética e criativa. Todas as funções influenciaram o trabalho visual que está sendo desenvolvido, mas vale destacar o caráter estético-educativo do cartaz como um transmissor de ideias para um público bastante amplo e diversificado, sendo um elemento integrante da *mass media*, com um papel bastante ponderável na difusão cultural, na educação permanente ao nível artístico, pertencendo ao museu do imaginário (MOLES, 1974, p. 233).

Sobre a influência das imagens e do cartaz como elementos que moldam nosso comportamento e, muitas vezes, transmitem um ideal a ser seguido, temos a afirmação do autor:

Estamos rodeados de mensagens, e imagens criadas por nós (...) As formas artificiais tornaram-se nossa realidade. São esses rostos projetados nos muros de nossa cidade, que nunca vimos a realidade, que são nossa realidade, que nos fazem companhia: é com esses rostos que querem parecer as mulheres e os homens de nosso tempo. (MOLES, 1974, p.31)

Além das imagens, os cartazes costumam portar frases com dizeres direcionados ao espectador. Normalmente frases curtas e diretas, com dez a vinte palavras, (ou às vezes apenas com o nome de um produto, como no caso dos cartazes comerciais), que buscam criar um diálogo com a imagem. Recorrem a uma linguagem normalmente simbólica e transmitem

uma mensagem da coletividade para o indivíduo. São palavras usadas de maneira apelativa, tanto na forma quanto no conteúdo. Sua forma é pensada de maneira artística para traduzir a semântica, de modo que imagem e texto se fundem. O uso da palavra também é um fator crucial para o desenvolvimento desse trabalho, e será discutido com maior profundidade no tópico sobre feminismo.

Por fim, o cartaz é uma peça de comunicação que dispõe de muitas técnicas para ser produzido, podendo ser concretizado de diversas maneiras, com diferentes técnicas, materiais e tecnologias. A técnica que mais conversa com a minha proposta é a da colagem.

4. Colagem

A colagem nos desperta tamanho interesse por ser uma técnica que se apropria de imagens e objetos presentes na sociedade de modo a recriar narrativas: os elementos são recolhidos e remontados objetivando um posicionamento frente à cultura vigente. Como já citado anteriormente, as imagens produzidas pela sociedade no decorrer da história nos é de extrema relevância, dado que são elas as responsáveis por compor o imaginário social.

Tal técnica nos permite uma ressignificação semântica de elementos já existentes, sendo capaz de proporcionar novas vivências ao espectador. Segundo McLuhan (1969), “a hibridização dos agentes oferece uma oportunidade especialmente favorável para a observação de seus componentes e propriedades estruturais” (apud BERNARDO, 2012, p. 17). Plaza (1996, p. 78-79) complementa a ideia: “a hibridização produz um dado inusitado, que é a criação do novo meio antes inexistente” (apud BERNARDO, 2012, p. 17). Ainda, para Júlia Bernardo (2012), a colagem passa a ser um encaixe que desafia a linearidade e homogeneidade, sendo responsável por criar novas visibilidades. São exatamente esses pontos que nos interessam neste trabalho, que questionará como a construção visual e cultural da sociedade afeta o papel dado à mulher. Voltando à reflexão de Villalobos e Lozano (2014), na qual nos apoiamos no tópico da cultura visual, os autores trazem a provocação: “se necessitamos de outro modo de pensamento, consequentemente também necessitamos de outra visualidade.”

4.1. Uma breve contextualização

Buscando apoio referencial e teórico na história da colagem, Bernardo (2012) vai classificar as produções desse tipo baseando-se em quatro tópicos temáticos: “colagem e cotidiano”, “colagem e política”, “colagem e sonho” e “colagem e consumo”. Dois deles nos interessam mais: os que ligam a técnica à política e ao consumo.

A colagem política está diretamente ligada com o movimento dadaísta, que foi fundado em 1916, na Suíça. Com o advento da Primeira Guerra Mundial, os participantes do movimento encontravam-se revoltados com os costumes e hábitos sociais, padrões estéticos, ideais bélicos, entre outros. Segundo Bernardo (2012), encontra-se na colagem uma maneira irônica e satírica para criticar a sociedade e os costumes da época, e vê-se na fotografia a potencialidade de manipulação: a fotografia podia, e era de fato, manipulada para fins políticos. Alguns dos nomes que marcam esse movimento são Raoul Hausmann, Francis Picabia, John Heartfield e Hannah Höch, sendo a última uma artista considerada um grande expoente da fotomontagem, ao questionar e colocar em pauta as representações culturais femininas, levantando questões relativas à sexualidade e aos papéis dos gêneros na sociedade.



Figura 6: Hannah Höch
Fashion Show, 1935
Colagem

A colagem que tem o consumo como tema principal se manifesta dentro do movimento da Arte Pop, que se divide em duas principais linhas, segundo Bernardo (2012):

(...) A linha pop propriamente dita, diretamente ligada ao questionamento do sujeito, e a linha neodadaísta que evidencia a crise da representação clássica. A colagem e a combinação de objetos, seja planejada ou ao azar, tornam-se procedimentos comuns na Arte Pop. (BERNARDO, 2012, p. 42).

Alguns dos trabalhos dos artistas desse movimento apropriam-se, desta maneira, de materiais, discursos e processos de criação utilizados no ramo da publicidade, questionando o próprio caminho da mesma, criando uma ressignificação semântica a partir desse material. Dois artistas que nos chamam a atenção nesse momento são Richard Hamilton e Eduardo Paolozzi, que além de criticar esse novo mundo em abundância do *american way of life*, colocam em pauta a questão de representação de gênero.



Figura 7: Richard Hamilton
Just What Is It That Makes Today's
Home So Different, So Appealing?,
1956
Colagem, 26 x 25cm
Kusthalle, Tübingen

Figura 8: Eduardo Paolozzi
I was a Rich Man's Plaything,
1947
Colagem sobre papel,
35,5 x 23,5cm
Tate Gallery, Londres

Mais adiante, dentro do tema de colagens contemporâneas e mais especificamente das colagens feministas, temos duas artistas que imprescindivelmente nos interessam e nos guiam com o andamento desse trabalho: Barbara Kruger e Letícia Cobra Lima.

4.2. Colagem Feminista

A obra da artista e designer Barbara Kruger (1945-) destaca-se por sua forte contribuição ao movimento feminista das décadas de 1970 e 1980, tomando como questões norteadoras a discriminação sexual, direitos reprodutivos da mulher, estética, identidade, representação feminina e relações sexistas de opressão e poder (ARRUDA e COUTO, 2011). Ao produzir obras com uma identidade visual bastante sólida, Kruger encontra um modo muito eficiente de espalhar suas ideias através do seu trabalho. Apesar de sua ampla produção, as obras mais proeminentes da artista são compostas por imagens fotográficas em preto e branco, apropriadas de jornais ou revistas, com frases curtas que subvertem o sentido inicial da imagem, colocadas geralmente sobre faixas vermelhas, pretas ou brancas.



Figura 9: Barbara Kruger
 Untitled (We don't need another hero), 1987
 Screenprint on vinyl, 276.5 × 531.3 × 6.4 cm

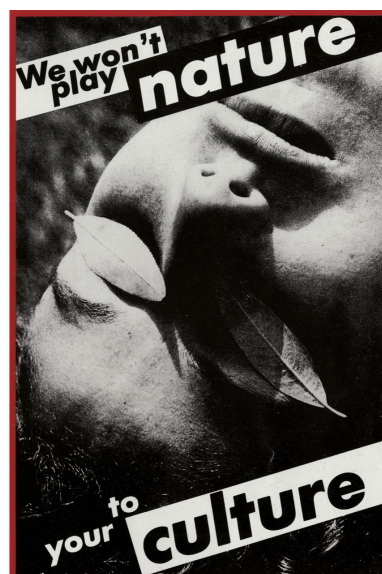


Figura 10: Barbara Kruger
 Untitled (We won't play nature to your culture), 1983, Photographic print, Montages

A obra “We won’t play nature to your culture” consegue explicitar a relação dual entre os gêneros feminino e masculino, presente em grande parte das obras da artista. Nela, vemos a imagem de uma mulher que repousa em meio à natureza, com folhas sobre os olhos, acompanhada de uma frase que subverte o sentido inicial da fotografia: “Nós não atuaremos como natureza para sua cultura”. Nessa frase, temos os pronomes *nós* e *sua*, além das palavras *natureza* e *cultura*, são relacionadas de maneira paradoxal, colocando em jogo o significado dessas palavras: tendo em conta o trabalho da artista, podemos dizer que *nós* se refere diretamente à natureza, associada culturalmente ao gênero feminino, enquanto *sua* se dirige à palavra *cultura*, aludindo o gênero masculino, como falam Arruda e Couto, no artigo “Ativismo artístico: engajamento artístico: engajamento político e questões de gênero na obra de Barbara Kruger” (2011):

O aprisionamento da mulher a funções reprodutivas revela a contribuição da fisiologia para o fortalecimento da suposta associação da figura feminina com a natureza, bem como do homem com a cultura, devido ao fato de suas funções se diversificarem, serem mais exteriorizadas e, portanto, libertadoras. (ARRUDA e COUTO, 2011, p. 38)

Assim, é de extrema importância para este trabalho ressaltar o caráter contestador presente na obra de Barbara Kruger, que reconhece a produção de imagens e conteúdos como uma ferramenta de poder, usando-se da subversão de estereótipos sociais criados sobre as minorias, e fazendo uso bastante inteligente das palavras.

Além da artista Barbara Kruger, temos como grande influência para esse trabalho a artista e pesquisadora Letícia Cobra Lima, que tem uma pesquisa estética fortemente ligada à sua prática política e feminista. Dentro de seu amplo trabalho, a artista produz colagens, zines, adesivos, cartazes e lambe-lambe, fazendo intervenções no ambiente urbano, além de realizar oficinas pautadas no tema.

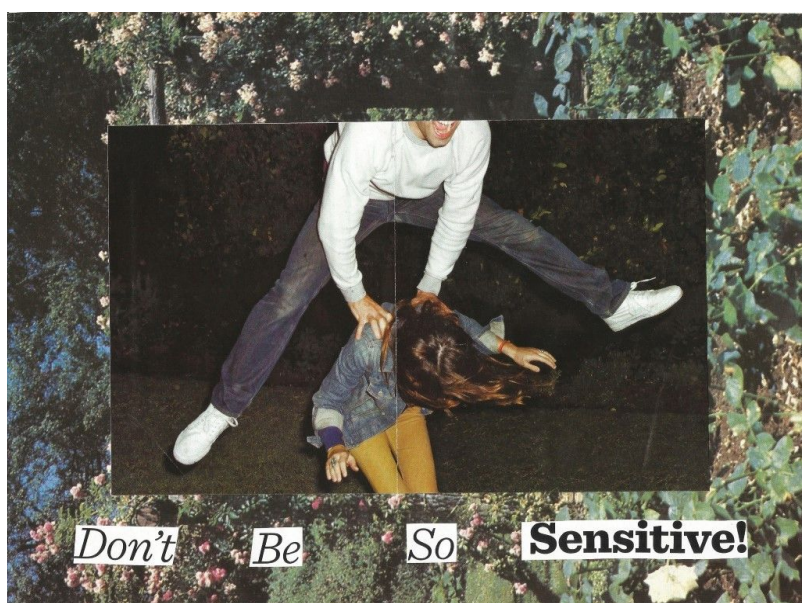


Figura 11: Letícia Cobra Lima
Sem título. Série Colagens
(2014-)
Colagem
29,4 x 21 cm

Na colagem acima, podemos encontrar ideias similares à obra de Kruger: temos a natureza presente, assim como uma frase que nos leva a entender que está sendo dita pelo personagem do gênero masculino que pula sobre as costas da mulher. É possível enxergar a relação irônica da frase com a imagem: uma sociedade patriarcal que, mesmo com as opressões às minorias, responsabiliza a vítima por sua “sensibilidade”, característica associada ao feminino.

Com as ideias sobre a produção artística e referências expostas, vamos falar sobre o tema que norteará a produção de cartazes: o feminismo.

5. Feminismo

O feminismo já existia muito antes de ser nomeado: durante toda a história, foram muitas as mulheres que se rebelaram contra sua condição como gênero, buscaram a liberdade e foram violentamente silenciadas, muitas vezes perdendo a própria vida. Segundo Céli Pinto, em seu dossiê *Feminismo, história e poder* (2010),

O feminismo aparece como um movimento libertário, que não quer só espaço para a mulher – no trabalho, na vida pública, na educação –, mas que luta, sim, por uma nova forma de relacionamento entre homens e mulheres, em que esta última tenha liberdade e autonomia para decidir sobre sua vida e seu corpo. (PINTO, 2010, p. 16)

A história ocidental é fortemente marcada por opressão e silenciamento de minorias, e dentre elas, estão as mulheres. As relações de poder e dominação são moldadas e reestruturadas ao longo da história. Assim, apesar de todas as “conquistas” e direitos alcançados por nós, mulheres, ainda há um longo caminho a ser percorrido.

Para que uma pessoa não informada do assunto entenda a gravidade que o machismo tem ainda hoje na sociedade, poderíamos coletar alguns dados sobre a violência contra a mulher no Brasil: em 2019, a cada sete horas ocorreu um feminicídio¹, enquanto a cada quatro minutos uma mulher sofre violência doméstica², sendo em sua grande maioria as mulheres de classes mais baixas e mulheres negras, e foram registrados, em média 180 casos de estupro por dia no país³, desconsiderando as subnotificações. Violência obstétrica, violência doméstica, assédios e abuso sexual, diferença salarial, criminalização do aborto e *revenge porn*⁴, são apenas algumas das graves violências sofridas recorrentemente pelo gênero feminino.

Simone de Beauvoir, em 1949, escreve seu livro “O Segundo Sexo”, obra que contribuirá fortemente para os movimentos feministas a partir de então. Nele, a filósofa

¹ Dados retirados de

<https://g1.globo.com/monitor-da-violencia/noticia/2020/03/05/mesmo-com-queda-recorde-de-mortes-de-mulheres-brasil-tem-alta-no-numero-de-feminicidios-em-2019.ghtml>

² Dados retirados de

<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/09/brasil-registra-1-caso-de-agressao-a-mulher-a-cada-4-minutos-mostra-levantamento.shtml>

³ Dados retirados de

<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2019/09/brasil-registra-mais-de-180-estupros-por-dia-numero-e-o-maior-desde-2009.shtml>

⁴ Ou “pornografia de vingança”, é uma expressão que remete ao ato de expor publicamente, na Internet, fotos ou vídeos íntimos de terceiros, sem o consentimento dos mesmos, mesmo que estes tenham se deixado filmar ou fotografar no âmbito privado.

discorre sobre as concepções que rodeiam as mulheres em inúmeros aspectos, defendendo a ideia de que a hierarquia de gêneros acontece frente à posição que é dada à mulher de *Outro* em relação ao homem. Por muito tempo, entendeu-se essa condição como algo natural, biológico: a mulher é, naturalmente, o “negativo” do homem, biologicamente dependente - “é o que simboliza a história do Gênese, em que Eva aparece como extraída (...) de um ‘osso supranumerário’ de Adão” (BEAUVOIR, 2016, p. 12).

A história do Gênese está presente na Bíblia Sagrada, livro mais vendido do mundo, com mais de 3,9 bilhões de cópias vendidas e distribuídas⁵. Histórias como essa, que reforçam a ideia da mulher como ser dependente do homem, são contadas e repetidas até hoje, seja através de narrativas, diálogos cotidianos, atitudes sutis, imagens, ou palavras que parecem “inofensivas”. São esses discursos que nos formam culturalmente, com ideologias por vezes implícitas, mas bastante nocivas na educação de uma sociedade. “Não se nasce mulher, torna-se mulher”, é a frase mais marcante da obra de Beauvoir, exatamente por resumir a ideia de que o termo *mulher* é uma construção social e cultural, indo contra a ideia de que sua condição seria imposta pela natureza.

Entre todas as possibilidades de abordagem da luta feminista, escolhemos nos aprofundar nas falas e discursos cotidianos que influenciam fortemente na reprodução de papéis de gênero: tais manifestações podem ser dadas por indivíduos de todos os gêneros, uma vez que são tão enraizadas que podem passar despercebidas. De acordo com bell hooks⁶ (2018), todos nós, mulheres e homens, fomos socializados desde o nascimento para aceitar o pensamento e as ações sexistas. São elas as convenções sociais expressas em palavras, e podem ser ouvidas por mulheres e homens ao longo de toda a vida, começando pela infância. Alguns exemplos são “Porque você é menina”, “Mulheres não conseguem fazer isso”, “Homens não choram”, “Mulher precisa se dar o respeito”, “Homens são mais racionais”, “Vai sair com essa roupa curta?”.

Segundo Rebecca Solnit, escritora estadunidense e autora do livro “Os homens explicam tudo para mim”, existe um padrão de violência contra as mulheres que é amplo, profundo, terrível e com frequência ignorado (2017, p. 32). A autora também defende a existência de ideias preconcebidas, que

⁵ Dados retirados de

<https://blog.saraiva.com.br/livros-mais-lidos-do-mundo/#:~:text=B%C3%ADblia,tenham%20sido%20vendido%20no%20mundo.>

⁶ Escrito em minúsculas. Com a letra minúscula, a autora pretende dar enfoque ao conteúdo da sua escrita e não à sua pessoa.

(...) impedem as mulheres de falar, e de serem ouvidas quando ousam falar; que esmagam as mulheres jovens e as reduzem ao silêncio, indicando, tal como ocorre com o assédio nas ruas, que esse mundo não pertence a elas. É algo que nos deixa bem treinadas em duvidar de nós mesmas e a limitar nossas próprias possibilidades. (SOLNIT, 2017, p. 15)

Após escrever este ensaio, Solnit ficou conhecida por trazer à tona o termo “mansplaining”, que pode ser definido como o homem que explica coisas sem considerar se a mulher para a qual está explicando sabe mais sobre o assunto que ele, já que, *naturalmente*, ele deve saber mais. Tal comportamento segue a mesma lógica das ideias preconcebidas e do silêncio feminino, citadas acima. A escritora defende, assim, que nossas palavras são nossas armas, e que o feminismo avançou por dar nome às coisas.

Linguagem é poder. (...) poder de nos fazer enxergar, sentir, dar importância. Mas isso funciona nos dois sentidos. Pode-se usar o poder das palavras para enterrar o significado, ou então para desenterrá-lo e fazê-lo vir à tona. Se você não tem palavras para nomear um fenômeno, uma emoção, uma situação, não poderá falar a respeito, o que significa que não poderá se reunir com outras pessoas para tratar do problema, e muito menos mudar a situação. (SOLNIT, 2017, p. 165-166)

6. O projeto

Entendida a importância de cada tópico explorado neste trabalho, o projeto artístico se expressa na criação de cartazes feministas, através da colagem. A ideia é construir um diálogo entre frases cotidianas e opressões históricas contra o gênero feminino. Procura-se explorar e evidenciar tal pensamento através da comunicação visual, uma vez que entendemos toda a sua potencialidade e papel na formação do indivíduo.

Para realizá-lo, coletei frases de cunho machista ouvidas por grande parte, senão por todas as mulheres no dia a dia, como “Onde você vai com essa roupa curta?”, ou “Você é histórica!”. A partir disso, tenho como objetivo criar um argumento visual que coloque o observador a se identificar e se questionar frente a tais situações, rompendo, em sua cabeça, o esquema de crenças construído em torno daquilo que é visto como um papel feminino.

Desafiaremos, assim, as noções de papéis de gênero, estereótipos, a hierarquia de gênero e a ideia de que tudo isso seria algo simplesmente natural, revisitando eventos históricos que provam e evidenciam que essa opressão existe e acontece há muito tempo, sendo parte de uma tradição vigorosamente enraizada da sociedade patriarcal.

6.1. Processo criativo

A motivação do projeto teve origem em questões pessoais. Desde 2012, produzo arte com uma poética voltada para pautas feministas, como desenhos, colagens e fotografia; muito do meu autoconhecer como mulher veio a partir da exploração do assunto. Deste modo, este projeto inicia-se como um desabafo pessoal, um momento de exaustão, um cansaço por ouvir frases decoradas para justificar coisas injustificáveis, e ainda: vindas de pessoas que eu tanto admiro.

Segue a primeira experimentação que nasceu como um desabafo:



Figura 12:
Experimentação inicial;
colagem em papel vergê
(2017).

Produzir essa colagem e expô-la em minhas redes sociais me fez ver o quanto as mulheres ao meu redor se identificavam. Foi nesse momento que comecei a perceber que esse tipo de situação acontece com todas nós, em variados momentos e com diferentes intensidades, de acordo com classe social, faixa etária, região, raça e gênero. Surge, a partir disso, a ideia de transformar esses desabafos que geram identificação em um projeto.

Para que a execução do projeto pudesse abranger uma ampla variedade de frases vindas de mulheres com diferentes origens, optei pela coleta de informações através de um formulário *online*. O formulário foi divulgado através das redes sociais, como *Instagram*,

Whatsapp, e-mail e grupos de mulheres dos quais faço parte no *Facebook*. Houve um total de 60 respostas.

No formulário, fiz uma breve explicação sobre o projeto, e a única pergunta obrigatória foi acerca das frases que mulheres já ouviram em algum momento da vida, ou que já estão cansadas de ouvir. As outras perguntas, não obrigatórias, pediam: faixa etária, renda mensal familiar, etnia e região em que vive. O objetivo com a coleta desses dados era fazer uma análise sobre a ligação das frases ouvidas com esses fatores. Ainda, foram disponibilizados dois espaços de resposta, sendo um deles uma caixa livre para opiniões e desabafos, e o outro para que, quem desejasse saber mais sobre o trabalho, pudesse deixar um *e-mail*.

A pergunta obrigatória foi respondida pelas 60 mulheres que participaram da pesquisa, que teve um total de 231 frases de cunho sexista já escutadas pelas mesmas. Muitas frases foram repetidas, enquanto outras foram citadas uma única vez. Para fins de pesquisa, classifiquei-as dentro dos seguintes temas, seguidos de exemplos:

- **Papel de gênero** “Isso não é feminino.”
- **Aparência/vestimenta/corpo** “Você tá precisando depilar esse sovaco peludo!”
- **Assédio** “Mas também, queria o que com essa roupa curta?”
- **Comportamento** “Que feio, uma menina tão bonita falando palavrão!”
- **Filhos/maternidade** “Se você tem filhos não vai conseguir se dedicar ao seu trabalho, precisamos de pessoas que tenham disponibilidade.”
- **Submissão** “Uma mulher só é feliz com um homem ao seu lado.”
- **Violência doméstica** “Tem mulher que merece apanhar mesmo!”
- **Afazeres domésticos** “Lugar de mulher é no fogão”
- **Racismo** “Mulata da cor do pecado”
- **Idade** “Era tão bonita quando mais nova”
- **Emoções** “Que estresse. Tá de TPM, é?”
- **Homofobia** “Não me leve a mal, mas na relação entre duas mulheres, é claro que falta alguma coisa.”

Vale lembrar que cada frase pode se encaixar em mais de uma das categorias.

Após a coleta e classificação das frases, fiz uma seleção com base na recorrência com a qual foram citadas ou no interesse por trabalhar com o assunto. Todas as frases têm uma potencialidade muito grande para serem trabalhadas, e serão utilizadas para a extensão do projeto. Infelizmente, não será possível usar todas neste momento. Selecionei seis dos nove cartazes produzidos até agora para que possamos explorar mais profundamente.

6.2. Aspectos formais

Antes de começar a explorar individualmente os cartazes criados, considero que seja importante discorrer sobre os elementos comuns presentes em todos eles. O meio escolhido para a criação de colagens foi o digital, em razão da possibilidade da exploração mais livre das técnicas dentro das colagens, na busca por imagens específicas, na questão de escolha do tamanho, brilho, contraste, opacidade e composição de cada objeto colocado. Além disso, o formato analógico também pode ser acolhido pelo digital, com o uso de *scanners*.

Os papéis rasgados aparecem como elementos cruciais nas colagens. Buscam evocar, em sua gestualidade, as ideias de tirar parte de algo violentamente, de rompimento, reconstrução e ruído. Esse gesto foi pensado para trazer uma reflexão em torno daquilo que constrói se não o próprio papel de gênero, através de discursos rasos e contradizentes.

A construção das frases é feita com letras e palavras retiradas de meios diferentes. A não homogeneidade visual das frases, a sua composição com letras e fontes diferentes em seus tipos, tamanhos e cores indica a essência do discurso que vem de vários lugares e que não se sabe exatamente de onde veio; um discurso não natural, mas construído em bases sexistas. Ainda, as letras, que lembram revistas e jornais, são pensadas como um modo de contestar a ideia da “verdade absoluta” e neutralidade construída por esses meios, que, na verdade, são extremamente politizados. Um viés interpretativo interessante pode ser o da investigação daquilo que estaria em “entrelinhas” sociais.

Pensando na relação colocada entre mulher e natureza, nas justificativas biológicas para a construção do seu papel, e no seu lugar fora da cultura, ideias já discutidas inclusive nas obras da artista Barbara Kruger, anteriormente citada neste projeto, a natureza pode ser vista como uma ironia à questão da naturalidade com a qual esses discursos são expressos.

Em grande parte das colagens feitas inicialmente, a escolha de flores para compor as colagens foi pensada sob o julgamento da flor como um símbolo da feminilidade na cultura ocidental, que traz consigo o estereótipo de fragilidade, delicadeza, passividade, alegria,

positividade, fertilidade e virgindade. Além disso, as flores aparecem como um convite para aquilo que se verá ao aproximar-se das colagens, memorando o ditado popular de que “Nem tudo são flores”.

A escolha da paleta de cores que compõem o fundo das colagens também é fruto do estereótipo de cores associadas ao feminino na sociedade Ocidental. Vamos falar sobre quais ideias elas podem evocar baseando-nos na percepção que se tem dentro da cultura do ocidente, da qual fazemos parte.

O vermelho, segundo pesquisas de Eva Heller (2015) em seu livro “A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão”, pode ser visto como a cor de todas as paixões - do amor ao ódio. De acordo com a autora, “quando se perde o controle sobre a razão, ‘vê-se tudo vermelho’.” (HELLER, 2015, p. 103). Se compararmos o vermelho em questões de gênero nos moldes ocidentais, em um contexto masculino, temos sua ligação com a agressividade, enquanto que, no contexto feminino, o vermelho pode estar ligado à questão da sensualidade, do proibido e provocante.

O rosa é uma cor que traz associações à gentileza e ao charme, à delicadeza, ao infantil e pode mesmo ser ligado ao carinho erótico. “Rosa para meninas, azul-claro para meninos” é uma convenção social antiga e, apesar de estar passando por uma desconstrução, ainda é frequentemente usada, principalmente por camadas da sociedade com costumes mais conservadores. Pouco se fala sobre, mas essa classificação foi dada inicialmente para alavancar vendas de roupas para bebês nos Estados Unidos. Antes disso, as vestimentas eram brancas pela facilidade de lavagem, e em um primeiro momento o azul era uma cor para meninas, e o rosa, para meninos. Só em 1940, pesquisas de mercado sugeriram a inversão para os gêneros (PATER, 2020, p. 81).

O branco pode ser entendido como uma cor que, segundo Heller (2015), simboliza nas culturas ocidentais “a cor feminina da inocência”. É uma cor associada à paz e à passividade, e também à fraqueza e ao silêncio. Ademais, muitos nomes femininos são derivados da palavra “branco”, devido às suas associações. É o caso de Alba, Bianca, Jennifer e Camilla, por exemplo.

Dito isso, vamos à investigação dos cartazes produzidos.

6.3. Os cartazes

6.3.1. “Porque você é menina.”



“Porque você é menina.”: a frase com a qual muitas das crianças do sexo feminino começam a se deparar logo na infância, percebendo as limitações impostas pelo que chamamos de papel de gênero. Essa frase também acompanha outras como “Seu irmão pode, porque ele é homem”. É uma frase que normalmente vem “explicar” certas proibições e regras colocadas às meninas e mulheres sem grandes fundamentos. Uma vez crescida, a mulher escuta “Porque você é mulher”. O discurso, que pode parecer tão inocente para aqueles que o repetem sem refletir sobre, pode ser utilizado inclusive para justificar e diminuir abusos ao sexo feminino. Pode ser visto como uma maneira de silenciar as meninas e mulheres dizendo que o mundo não pertence a elas. Enquanto os filhos podem, as filhas não podem. Sem perceber, muitas meninas crescem imersas nessa ideia, o que faz com que as mesmas acabem por se limitar, e mais tarde, limitarem outras mulheres, reproduzindo tal sexismo. Um dos ciclos a serem quebrados.

Na colagem, vemos uma foto antiga de uma garota de vestido, vestimenta escolhida como simbólica para mulheres na cultura Ocidental atual. Vestido que, inclusive, é usado

como símbolo para sinalizar banheiros e outros espaços femininos. A garota sorri de maneira passiva e graciosa, mas seu rosto é cortado e sobre sua cabeça é posicionada a frase, junto a uma foto mostrando um universo floral, que pode estar limitando sua visão. A cor branca do fundo evoca a ideia de fragilidade, passividade e silêncio. O papel rasgado pode ser interpretado como uma ideia violentamente colocada em sua cabeça. A frase termina com um ponto final, o que busca evidenciar a não abertura para discussões a partir disto.

6.3.2. “Aonde você acha que vai com essa roupa?”



A questão da vestimenta foi uma entre as mais recorrentes no conjunto de mulheres que respondeu o formulário. Com a objetificação dos corpos femininos e a extrema associação sexual às suas ações e gestos, uma mulher tende a sofrer com esse tipo de subjeção de modo assustadoramente frequente. O seu modo de vestir pode ser visto pelo olhar patriarcal como um convite ao assédio e ao desrespeito. Justificativas como “Ela estava provocando”, ou “Também, o que ela queria com essa roupa?” ainda são muito usadas para inocentar homens de denúncias de assédios, abusos e estupros. No ano de 2020, um dos casos

que mais chamou a atenção para isso foi o caso “Mari Ferrer”⁷, mulher violentamente estuprada após ser drogada em uma festa. Mesmo com todas as provas contra o agressor, o vídeo do advogado acusando-a de tirar fotos com “poses ginecológicas”, humilhando-a e saindo impune de tal crime, mostra como a sociedade ainda é de homens para homens.

A frase foi arquitetada de modo bastante específico: “Aonde você *acha* que vai com essa roupa?” não é uma pergunta, é uma subjeção, uma pergunta retórica que pressupõe que a mulher não pode e não deve se vestir como deseja, se isso estiver fora daquilo que se espera dela. A palavra “curta” não precisa estar escrita para ser entendida.

A foto, que registra banhistas sendo presas por usarem roupas consideradas indecentes no ano de 1920, há exatos 100 anos, busca trazer o argumento de quanto essa ideia é antiga. As flores amarelas, posicionadas atrás do carro para o qual as banhistas estão sendo levadas, trazendo um ritmo de continuidade da imagem, podem ser interpretadas como a contradição desse sistema, que busca moldar o que seria certo e errado. O vermelho evoca conceitos como a tentação e o proibido, e também a agressividade.

6.3.3. “Você tá histérica!”



⁷ Informações sobre o caso retiradas de <https://theintercept.com/2020/11/03/influencer-mariana-ferrer-estupro-culposo/>

“Histeria” foi a palavra utilizada no século XIX para nomear uma suposta doença que atacava exclusivamente indivíduos do sexo feminino. Foi teorizada pelo médico americano Frederick Hollick (1818-1900) e pelo psiquiatra francês Pierre Janet (1859-1947). Segundo Alice Minium (2018), este caso é um exemplo assertivo da convergência entre gênero e medicina, evidenciando como a disciplina pode ser utilizada como ferramenta de interesses políticos, poder e controle social, sustentando hierarquias entre classe, raça e gênero.

Essencialmente, a Histeria foi posta como uma doença causada pelo “mau funcionamento do útero”. Tal classificação era dada para as mulheres que saíam dos padrões impostos a elas, durante a era vitoriana⁸, na Inglaterra. Foi uma maneira encontrada pelos médicos para “diagnosticar a misteriosa natureza da feminilidade” (MINIUM, 2018), e as causas, como consta nos registros de Hollick (1849, apud MINIUM, 2018):

(...) são tão obscuras [sic] como os sintomas são diversificados... As jovens que estão prestes a menstruar estão muito sujeitas a isso... e aquelas que têm menstruação perturbada, também viúvas, aquelas que não têm filhos... Algumas das causas imediatas são a primeira menstruação, menstruação suprimida, casamento tardio, inflamação crônica do útero, hábitos viciosos... desilusão, particularmente no amor, leitura de romances sentimentais e excitantes, e vistas desagradáveis, dolorosas ou dolorosas.

Séculos se passaram e histeria é, até hoje, utilizada ao lado de palavras como “louca” ou “paranoica”, desvalidando sentimentos, argumentos e suposições feitas por mulheres, quando não estão sendo levadas a sério, ou estão sendo vistas como chatas, exageradas, intensas, ou simplesmente quando se impõem em certas situações.

A pintura utilizada como registro histórico na colagem mostra uma mulher, supostamente doente, sendo analisada por perspectivas unicamente masculinas, uma vez que está cercada de vários homens e nenhuma mulher. É colocada sobre um fundo de cor rosa, que pode remeter-nos à infantilidade e, neste caso, à frivolidade da qual as mulheres eram acusadas. Aqui, não temos flores, mas sim uma natureza obscura, que pode ser vista como uma ideia da natureza para a qual a mulher é renegada, e também como as bases biológicas pelas quais o gênero é construído. A frase “Você tá histérica”, é escrita de maneira informal para nos chamar de volta à atualidade e à cotidianidade.

⁸ Era vitoriana é o nome que se dá ao período do reinado da rainha Vitória, na Grã-Bretanha, que vai de junho de 1837 a janeiro de 1901.

6.3.4. “Aqui não é lugar de menina”



A fotografia utilizada nesta colagem foi tirada em 1967, há 53 anos. Nela, vemos Katharine Switzer, a primeira mulher a completar oficialmente a maratona de Boston. Além de percorrer 42 quilômetros, ainda foi agredida e prejudicada por outros homens participantes, assim como pelo juiz.

A frase “aqui não é lugar de menina” apareceu no formulário, de maneira recorrente, como uma frase ouvida por mulheres que fazem partes de jogos *online*, jogos de futebol e outros espaços considerados tradicionalmente masculinos. Essa frase se pode se aplicar em vários contextos, como na política ou em faculdades (uma das frases coletadas dizia que a área de “TI” é uma área de homens, e não de mulheres, enquanto outra dizia que “não há muitas mulheres que fizeram coisas importantes na história”). A verdade é que desde a antiguidade até hoje, mulheres de diferentes classes, etnias e gêneros, lutam, em diferentes níveis, para ter seu espaço em muitos lugares na sociedade. Fotos como essa podem ser um convite à reflexão: “Por que eu preciso do feminismo?”, afinal, vários direitos básicos que

temos hoje veio pela luta feminista. Vale ressaltar que essa frase pode ser acompanhada de muitas outras fotos, como, por exemplo, fotos do movimento sufragista.⁹

6.3.5. “Será que foi mesmo estupro?”



A cultura do estupro é tão enraizada, e, em simultâneo, tão envolvida pelo negacionismo, que é muito comum o pensamento de que o estupro só acontece descaradamente, com as mulheres que são atacadas quando estão sozinhas nas ruas ou coisas do gênero, mas nunca dentro de casa ou por conhecidos, que é o mais frequente¹⁰.

E se queremos realmente colocar em pauta essa questão, os números de violências sexuais contra a mulher negra são muito mais recorrentes, devido à nossa cultura construída em bases coloniais. Segundo a autora Djamila Ribeiro, em livro “Pequeno manual antirracista”,

As mulheres negras são ultrassexualizadas desde o período colonial. No imaginário coletivo brasileiro, propaga-se a imagem de que são “lascivas”, “fáceis” e

⁹ O movimento sufragista reivindicou os direitos políticos para as mulheres, mais especificamente, o direito de votar e de ser votada. As origens modernas do movimento encontram-se na França do século XVIII.

¹⁰ A informação pode ser encontrada em fontes como

<http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2014/08/quase-70-dos-estupros-acontecem-em-ambientes-domesticos-diz-policia.html>

“naturalmente sensuais”. Essa ideia serve, inclusive, para justificar abusos: mulheres negras são as maiores vítimas de violência sexual no país. (RIBEIRO, 2020, p. 40)

Ribeiro (2020), também comenta sobre a grave e equívoca naturalização com a qual a miscigenação é tratada até hoje, como se mulheres escravizadas do período colonial não tivessem sido forçadas a tais situações.

As mulheres negras escravizadas eram tratadas como mercadoria, propriedade, portanto não tinham escolha. Nesse contexto, não há como negar que elas eram estupradas pelos senhores de engenho. (RIBEIRO, 2020, p. 41)

“Será que foi mesmo estupro? Acho que você não entendeu bem o que aconteceu entre vocês” é um discurso que coloca em jogo toda essa questão histórica, colocando em pauta a normalização do abuso. A imagem escolhida para compor o cartaz expõe uma mulher negra escravizada e sexualizada, sob os olhos maliciosos de um homem branco, possivelmente o “senhor”. Sua expressão mostra um desconforto. Apesar disso, vale lembrar que a imagem foi produzida por um homem europeu branco, Johann Moritz Rugendas, o que pode trazer uma infidelidade ainda maior aos fatos.

A cor vermelha, presente no fundo e nas flores da composição, pode ser interpretada como um grito de socorro: busca chamar a atenção para a situação, perigo e agressividade da situação. Pode, também, ser vista como ironia para a ideia de tentação e sexualidade imposta à mulher negra. As flores também chamam-nos para refletir sobre o que é chamado de “deflorar”, conceito dado para a perda da virgindade feminina, querendo dizer que a mulher não-virgem perdeu as flores, a “pureza”. A ideia é evidenciar as contradições presentes nos discursos.

6.3.6.. “Pra ficar bonita tem que sofrer”



“Pra ficar bonita tem que sofrer” coloca em questão um dos fatores mais exigidos da maioria das mulheres -- estar e ser “bela” (entende-se como “bela” aquelas que está dentro dos padrões de beleza), independente da situação em que se encontra: no trabalho, na gravidez, na terceira idade... somos cercadas de imagens que podem nos coagir a querer alcançar um padrão de beleza muitas vezes inexistente, a ponto de normalizar o absurdo. Para se ter uma ideia, o Brasil é hoje um dos países em que mais se fazem cirurgias por questões estéticas¹¹.

A fotografia utilizada neste cartaz foi tirada em 1954. Registra um momento do concurso para Miss Universo, nos Estados Unidos, em que a modelo da Nova Zelândia desmaiou. Vemos as outras concorrentes mantendo a pose e sorrindo. Há uma falsa positividade atrás dessa busca por uma aparência que supera questões como saúde, bem-estar e conforto. O rosa evoca questões de delicadeza e tranquilidade no meio do caos.

¹¹ Informação pode ser encontrada em

<http://www.revistaferidas.com.br/brasil-e-o-pais-que-mais-realiza-cirurgias-plasticas-no-mundo/>

7. Considerações finais

Diante da pesquisa, percebe-se que este projeto é apenas uma abordagem inicial da criação dos cartazes propostos. Com as inúmeras frases coletadas inicialmente no formulário, já poderíamos trabalhar com diversas possibilidades dentro de cada uma, abordando suas possíveis interpretações, fotografias históricas que conversam com cada uma delas, por qual grupo de mulheres (etnia, classe, gênero) elas são mais escutadas e em quais contextos (em casa, no trabalho, entre amigos, na rua, em momentos de lazer, entre outros). A proposta é que o projeto realmente possa se fazer presente entre várias mulheres, e que estas possam participar construindo cartazes na linha proposta ou sugerindo frases, imagens, leituras... Para um projeto desse caráter, considerar e envolver a pluralidade de mulheres é um fator imprescindível.

A ideia é que, com o fim do isolamento social e a volta à normalidade, esses cartazes possam ser espalhados por ambientes urbanos, como muros, postes e pontos de ônibus. Com o interesse demonstrado pelas mulheres no formulário, que também o viram como uma possibilidade de desabafo de suas próprias dores, considero a possibilidade de colocar os cartazes na internet, em um site que permita comentários, discussões e até impressão dos cartazes para quem desejar.

Além disso, evidenciamos que o design e a arte podem ser poderosos artifícios na propagação de informações e, deste modo, são ferramentas que continuarei usando no desenvolvimento do trabalho, com cada vez mais aprofundamento, seja nas vertentes de comunicação ou nas vertentes feministas: o assunto não acaba aqui.

8. Referências bibliográficas

ARRUDA, Lina Alves & COUTO, Maria de Fátima Morethy. **Ativismo artístico: engajamento político e questões de gênero na obra de Barbara Kruger**. Revista Estudos Feministas, vol. 19, no. 2, 2011, p. 389-402.

BEAUVOIR, Simone de. **O Segundo sexo: fatos e mitos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016. 342 p. v. 1. ISBN 9788520922446.

BERNARDO, Júlia Ferreira. **Colagem nos meios imagéticos contemporâneos**. Orientador: Milton Terumitsu Sogabe. 2012. 170 f. Dissertação (Mestrado em Artes) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Artes, São Paulo, 2012. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/86944>. Acesso em: 24 maio 2020.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. São Paulo. Ed. Martins Fontes, 2003.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. 1. ed. Editora Gustavo Gili, 2015.

HOLLIS, Richard. **Design Gráfico: uma história concisa**. [S.I.]: Martins Fontes, 2001.

HOOKS, bell. **O feminismo é para todo mundo: Políticas arrebatadoras**. 1. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018. Ebook, 186 p.

LIMA, Letícia C. **Letícia Cobra Lima**. [S. l.], [201-]. Disponível em: <https://www.leticiacobralima.com>. Acesso em: 19 jun. 2020.

LIPOVETSKY, Gilles; Serroy, Jean. **A ESTETIZAÇÃO DO MUNDO: Viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2015.

LOZANO, Rían; VILLALOBOS, Alvaro. **Estudos sobre cultura visual, estratégias antimerkantistas**. Performatus, ano 2, n. 12, ed. 12, out 2014. Disponível em: <https://performatus.com.br/traducoes/estudos-cv-ea/>. Acesso em: 10 jun. 2020.

MINIUM, Alice. **A BRIEF History of Hysteria: In search of a cure for the outspoken woman**. [S. l.], 10 abr. 2018. Disponível em: <https://medium.com/@aliceminium/sex-runeth-through-everything-hysteria-and-pathologica-l-womanhood-a150dc18dd35>. Acesso em: 3 nov. 2020.

MOLES, Abraham A. **O cartaz**. [S.l.]: Ed. Perspectiva, 1974.

PATER, Ruben. **Políticas do Design: Um guia (não tão) global de comunicação visual**. 1. ed. São Paulo: Ubu, 2020. 192 p.

PINTO, Céli R. J. **Feminismo, história e poder**. Rev. Sociol. Polít., Curitiba, v. 18, ed. 36, p. 15-23, jun 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rsocp/v18n36/03.pdf>. Acesso em: 1 jul. 2020

RIBEIRO, Djamila. **Pequeno Manual Antirracista**. 1. ed. Companhia das letras, 2020.

SARDELICH, Maria Emilia. **Leitura de imagens e cultura visual: desenredando conceitos para a prática educativa**. Educ. rev., Curitiba, n. 27, p. 203-219, Junho 2006. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40602006000100013&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 15 de junho de 2020.

SILVA, Aline A. **O design como artifício na luta feminista**. Orientadora: Rochelle Santos. 2016. 102 p. Projeto de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/164567>. Acesso em: 16 abr. 2020.

SOLNIT, Rebecca. **Os homens explicam tudo para mim**. 1. ed. São Paulo: Cultrix, 2017. 204 p.