

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - UFRJ
GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO VISUAL DESIGN

RENATA LOUREIRO DE MOURA

FEMEAR
Arte, Design, Moda e Feminismo

Rio de Janeiro
2018

RENATA LOUREIRO DE MOURA

FEMEAR

Arte, Design, Moda e Feminismo

Trabalho de Conclusão do Curso de graduação,
apresentado para obtenção do grau de bacha-
rel no curso de Comunicação Visual Design na
Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ.

Orientadora: Prof. Doutora Irene Peixoto

**Rio de Janeiro
2018**

DEDICATÓRIA

Aos meus pais e irmã,
pelo amor, incentivo e apoio.

RESUMO

No decorrer dos anos de história da moda pode-se observar que esta esteve, muitas vezes, atrelada a imposição de padrões conservadores e machista responsáveis por moldar a forma de vestir, agir e pensar das mulheres. Paralelamente a esses movimentos, crescia também o número de estilistas que passaram a utilizar a moda como uma ferramenta de ruptura com esses padrões como: Paul Poiret, Yves Saint Laurent, Mary Quant, Coco Chanel, Ronaldo Fraga e Zuzu Angel. A arte, por sua vez se transformou ao longo dos anos ganhando novas formas de manifestação e de experimentação, o que permitiu um novo posicionamento da arte perante a sociedade.

A arte conceitual, como o próprio nome sugere, trata da relevância do conceito embutido na arte e em sua execução. Artistas como: Stephen Willats, Lee McQueen e Jum Nakao, passaram a utilizar materiais não convencionais na construção da “nova” arte, com o objetivo de criar experiências, sensações e críticas, tendo a vestimenta como suporte. Partindo do caráter acessível e conceitual dessa nova forma de arte e o desejo de colocá-la em contato com as pessoas e a impossibilidade de mantermos telas e esculturas nas ruas, a arte passa a experimentar novas formas de manifestação urbanas, fazendo muitas vezes da arte uma ferramenta de crítica social para problemas cotidianos.

Sendo o designer gráfico um desenvolvedor de projetos visuais e sendo o design voltado para a sociedade, proponho, através da comunicação visual e da arte contemporânea e conceitual provocar e conscientizar a sociedade. Portanto, a proposta de trabalho é unir arte, moda e design para explicitar um problema que está consolidado na sociedade por muito tempo: o assédio sofrido por mulheres. Tipo de violência que faz parte do dia a dia do universo feminino e que ataca, muitas vezes, de forma sutil e verbal, mascarada de elogios, mas que fazem com que a mulher sintase invadida, exposta e desrespeitada.

Palavra chave: Arte. Moda. Design. Feminismo. Contemporâneo

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 01- Assistente, modelo e Paul Poiret	12
FIGURA 02- Uso de Vestidos sem espartilho	13
FIGURA 03- Croqui e imagem do “Le Smoking” de Yves Saint-Laurent	13
FIGURA 04- Mary Quant nos anos 60 usando mini saia	14
FIGURA 05- A estilista Coco Chanel com o seu clássico terninho em pied de poule ...	14
FIGURA 06- O classico tailleur Chanel	14
FIGURA 07- “Re-existência”, a coleção apresentada na 41º edição do São Paulo Fashion Week	15
FIGURA 08- Ronaldo Fraga - Primavera/Verão 2002 - “Quem Matou Zuzu Angel?”	16
FIGURA 09- O vestido assinado por Zuzu que integrou o desfile-protesto em Nova York, em 1971	16
FIGURA 10- Peça da exposição sobre Zuzu Angel	18
FIGURA 11- Stephen Willats, Multiple Clothings, Designs (1965-99), 1993	18
FIGURA 12- Vestido em seda todo coberto por flores naturais. Coleção primavera/verão 2007 Sarabande inspirada no filme Barry Lyndon de Kubrick	19
FIGURA 13- Shalom Harlow com o vestido pintado com spray. Primavera/verão 1999	19
FIGURA 14- Jum Nakao, A costura do Invisível, 2004	20
FIGURA 15- Jum Nakao, Lux Delix, 2004	21
FIGURA 16- Projeto “Cidades Recicláveis”, Mundano A	21
FIGURA 17- Projeto “Cidades Recicláveis”, Mundano B.....	21
FIGURA 18- Crítica ao uso dos smartphones, Banksy	21
FIGURA 19- Crítica a xenofobia, Banksy	21
FIGURA 20- Grafite valorizando o corpo feminino fora do padrão estético	22
FIGURA 21- Roupas de artista, Henry Van de Velde, 1902	23
FIGURA 22- Gustav Klimt, vestido usado por Emile Flöge, 1905	23

FIGURA 23- Vestido Lagosta, Salvador Dali, Telefone Lagosta	24
FIGURA 24- Yves Saint-Laurent e os pássaros coloridos e instrumentos cubistas de Georges Braque	25
FIGURA 25- Nos anos 60, Andy Warhol transformou em arte os rótulos das sopas Campbell', A marca de comida enlatada aproveitou para transformar a arte de Warhol em roupa	26
FIGURA 26- Lygia Clark, Máscaras Sensoriais (1967)	26
FIGURA 27- Nildo da Mangureira, com Parangolé, 1964	27
FIGURA 28- Etnográficos, Sandra Machado	27
FIGURA 29- Crafting Human Perception, Francesca Perona	27
FIGURA 30- Share a-like phototype, Francesca Perona	28

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
1.2 Justificativa.....	9
1.3 Objetivos Gerais.....	9
1.4 Objetivos específicos.....	9
1.5 Contextualização.....	9
2. UMA BREVE HISÓRIA SOBRE A MODA.....	11
2.1 Paul Poiret.....	12
2.2 Yves Saint Laurent.....	13
2.3 Mary Quant.....	13
2.4 Coco Chanel.....	14
2.5 Ronaldo Fraga.....	14
2.6 Zuzu Angel.....	15
3. ARTE CONTEMPORÂNEA	16
4. ARTE CONCEITUAL.....	17
4.1 Stephen Willats.....	17
4.2 Lee McQueen.....	18
4.3 Jum Nakao.....	19
5. ARTE COMO INSTRUMENTO DE INTERVENÇÃO SOCIAL.....	20
5.1 Mundano.....	20
5.2 Banksy.....	21
5.3 Negahamburger.....	21
6. MODA , ARTE E O WEARABLE ART.....	22
6.1 Henry Van de Velde.....	23
6.2 Gustav Klimt e Emile Flöge.....	23
6.3 Elsa Schiaparelli.....	23
6.4 Yves Saint-Laurent.....	24
6.5 Andy Warhol.....	24
6.6 “Wearable Art”, Art to wear, fiber art ou Rouparte.....	25
6.6.1 Lygia Clark.....	25
6.6.2 Hélio Oiticica.....	26
6.6.3 Sandra Machado.....	27
6.6.4 Francesca Peron.....	27
7. GÊNERO E FEMINISMO.....	28
8. MOVIMENTO FEMINISTA.....	29
9. PROJETO.....	30
9.1 Projeto Gráfico.....	31
9.1.1 Parte 1 - Campanha.....	32
9.1.1.1 Referências Visuais.....	32
9.1.1.2 Peças Gráficas.....	32
9.1.1.2.A Meu corpo me pertence.....	32

9.1.1.2.B Não sou obrigada.....	33
9.1.1.2.C Liberdade é não ter medo.....	33
9.1.1.2.D GLR PWR.....	34
9.1.1.2.E Aplicações.....	34
9.1.2 Parte 2 - Estamparia	36
9.1.2.1 Referências Visuais.....	36
9.1.2.2 Peças Gráficas.....	36
9.1.2.2.A Não nos calaremos.....	36
9.1.2.2.A.1 Aplicações.....	36
9.1.2.2.B Gosto de flores, mas prefiro respeito.....	37
9.1.2.2.B.1 Aplicações.....	38
9.1.2.2.C GLR PWR.....	38
9.1.2.2.C.1 Aplicações.....	38
9.1.2.2.D Chega de fiu-fiu.....	39
9.1.2.2.D.1 Aplicações.....	40
10. PRODUÇÃO.....	40
11. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
12. BIBLIOGRAFIA	43

1.INTRODUÇÃO

1.2 Justificativa:

No decorrer da história, grandes lutas eclodiram pelo direito e liberdade das mulheres ao redor do mundo. No Brasil, se iniciou com a luta pelo sufrágio feminino, liderado por Bertha Lutz, no século XX. O que protagonizou o surgimento do movimento feminista no país e que, mesmo com altos e baixos proporcionou grandes conquistas e direitos para as mulheres, como por exemplo a lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006, popularmente conhecida como Lei Maria da Penha que garante a proteção das mulheres contra qualquer tipo de violência doméstica, seja física, psicológica, patrimonial ou moral.

No entanto, em pleno século XXI, ainda é muito comum ver esses direitos violados, o que faz o assédio e o desrespeito questões cujas mulheres são submetidas cotidianamente. Sendo assim, é necessário dar continuidade a conscientização da sociedade como um todo e, principalmente, as mulheres, para que essas possam romper as amarras sociais e que cada mulher seja responsável e livre para definir o que é “ser” mulher e que elas possam viver em segurança independente de qual seja a sua escolha.

Sendo o design dedicado a materialização de ideias e tendo grande relevância social, uma vez que este é feito para as pessoas, foi escolhido como ferramenta, além do design, o conceito de “rouparte” somado aos processos artísticos conceituais para desenvolver sobre o tema feminismo.

1.3 Objetivo Geral:

Aproximar o movimento feminista do cotidiano como ferramenta de empoderamento às mulheres através da relação entre design, arte e moda.

1.4 Objetivos específicos:

1.4.1- Contextualizar a relação entre moda, arte e design inseridas no contexto crítico urbano.

1.4.2- Desenvolver uma campanha e estampas feministas.

1.5 Contextualização

O projeto busca relacionar arte, moda e design para abordar o feminismo tendo como base o pensamento crítico e conceitual contemporâneo e suas novas formas de manifestações e experimentações objetivando dar voz às mulheres por meio da expressão artística, do design e da moda.

Sendo assim, buscou-se nesta pesquisa, perceber as relações entre moda e arte. Relação essa que vem se dando ao decorrer da história a medida em que a arte assume novas linguagens. Sendo assim, durante a pesquisa, buscou-se contextualizar os processos que levaram a ruptura com o clássico, até chegar ao que conhecemos hoje como arte e seus processos artísticos conceituais.

Tendo a arte novas formas e linguagens de manifestação, foi utilizado como suporte para a campanha o conceito de “sleeveface”¹ e como complemento a proposta, foi utilizada a estamparia.

Mesclando assim, moda, arte e design e fazendo do corpo uma espécie de cartaz am-

¹ Sleeveface (Cara de Capa) é um fenômeno da Internet, originalmente inventado por um grupo de pessoas em Cardiff, no País de Gales, na qual uma ou mais pessoas posam para uma fotografia em que se substitui uma parte do corpo por uma capa de um disco de vinil causando uma ilusão.

bulante, tornando o meio urbano, local onde a maioria dos assédios ocorrem, uma galeria para comunicar e conscientizar sobre os problemas que assombram o universo feminino e principalmente para que haja o empoderamento da mulher nas ruas.

2.UMA BREVE HISTÓRIA SOBRE A MODA

A moda surgiu em meados do século XV, no início do renascimento europeu, para diferenciar o que antes era igual, visto que usava-se um estilo de roupa desde a infância até a morte. A partir da Idade Média, as roupas passaram a se diferenciar de acordo com um padrão social.

Tendo como base o texto da escritora Elizabeth Wilson, em sua obra “Adorned in dreams: Fashion and modernity” (WILSON, 1985) e do professor José Carlos Durand em “Moda Luxo e Economia” (DURAND, 1988) pode-se perceber que a Revolução Industrial representou não só o desenvolvimento industrial em vários setores, como a passagem da manufatura para a fábrica e como também a mudança na forma do homem se relacionar com o mundo, além de possibilitar o fortalecimento dos movimentos feministas.

Durand, sociólogo da arte e da cultura e professor da USP, em seu livro “Moda, Luxo e economia” (DURAND, 1988), aponta como um aspecto importante da revolução industrial, principalmente da indústria têxtil, o pensamento crítico e culto do século XIX e o incômodo causado àqueles contemporâneos pelas condições de trabalho dentro das indústrias e as desigualdades. Visto que enquanto as mulheres da sociedade burguesa se vestiam com roupas luxuosas, as operárias das indústrias têxteis eram exploradas, recebendo baixos salários, trabalhando em condições de grande insalubridade e excesso de carga horária (MONTEIRO, 2007).

Entre os séculos XVII e XVIII a Inglaterra passou a ser importante produtor de seda, o que exigia uma mão de obra qualificada e que ampliou ainda mais a exploração das mulheres e a insalubridade de suas condições de trabalho (MONTEIRO, 2007).

Na virada do século XIX para o XX, os grupos feministas lutavam para acabar com a exploração salarial do trabalho da mulher e da criança, e obtiveram sucesso. A Primeira Guerra mundial fortaleceu o movimento dos *Trade Boards* e melhorou as condições de trabalho, pois as mulheres que viviam nas cidades foram trabalhar com transportes, dirigindo ônibus e caminhões, e também assumiram uma mão de obra de relevância nas indústrias, atribuições antes, dadas aos homens. O que propiciou conquistas que contribuíram para a emancipação feminina, como por exemplo a consolidação profissional e a independência financeira (MONTEIRO, 2007).

Em 1909 houve uma greve histórica na indústria têxtil em busca de melhores condições de trabalho e igualdade salarial, visto que a indústria têxtil empregava e explorava a mão de obra imigrante, feminina e infantil. Neste ano Nova York viu a primeira ação operária de grande magnitude da história da cidade. E 1911 foi o ano da famosa greve têxtil que terminou em desastre e que levou a um acordo que foi assinado pelos patrões por melhores condições de trabalho. Foi nesse contexto, que as roupas femininas começaram a ser criadas também visando às necessidades de uso para o trabalho da mulher, isto, é, começaram a se fazer roupas mais funcionais e mais semelhantes ao vestuário masculino. (MONTEIRO, 2007).

Durante a década de 50, com o fim do período de guerras, houve uma melhoria nas condições de vida o que possibilitou o crescimento de uma sociedade consumidora. Após a 2ª Guerra Mundial, em 1949, teve início o prêt-à-porter (“Ready to wear”, que

significa pronto para vestir), expressão que ganhou força em 59 quando Pierre Cardin lançou sua primeira coleção cujas roupas já estavam prontas para serem levadas. (MONTEIRO, 2007).

Nos anos 90, com o crescimento da globalização, o setor da moda viu a capacidade de expandir suas demandas, através da possibilidade de se tornarem tendências da moda mundial. Assim começou a colonização global da moda, onde as marcas estrangeiras entraram nos mercados locais com milhões para gastar em publicidade e marketing e à medida que os mercados cresceram, o apetite para a moda e para o consumo também cresceu. (MONTEIRO, 2007).

Com isso, para sobreviver a esse mercado competitivo, os setores têxteis passaram a acelerar o processo de produção e assim, lançar novos produtos para que estes cheguem o mais rápido possível nas prateleiras, surgindo então o *Fast Fashion*. Essa nova forma de produzir e consumir, combinada com a capacidade da indústria da moda de criar desejo de consumo atingiu ainda mais o público feminino que, durante esses anos de história, vem sendo alvo da indústria da moda e beleza.

No decorrer desses anos de história da moda pode-se observar que a ela muita vezes esteve atrelada a imposição dos padrões conservadores e machista responsável por moldar a forma de vestir, agir e pensar das mulheres. Paralelamente a esses movimentos, crescia também o número de estilistas que passaram a utilizar a moda como uma ferramenta de ruptura desses padrões.

Serão citados abaixo alguns artistas que contribuíram, através da moda, para a ruptura com os padrões de vestimenta:

2.1 Paul Poiret

Foi um dos principais estilistas franceses, atuante principalmente durante as duas primeiras metades do século XX. Em 1906, eliminou o incômodo das mulheres usarem o espartilho. Poiret deu a elas uma nova silhueta com vestidos soltos e chemisiers e livrando-as também das cores pálidas e dando vida ao guarda-roupa.



01- Assistente, modelo e Paul Poiret

Fonte: <http://www.marcosproenca.com.br/paul-piret-primeiro-moderno-na-moda/>



02- Uso de Vestidos sem espartilho

Fonte: <http://designsemsobrenome.blogspot.com.br/2014/06/paul-poiret.html>

2.2 Yves Saint Laurent

Estilista francês que na década de 1960, lançou a coleção “Le Smoking”, que trouxe o terno para as passarelas. Essa liberdade de se usar o que quisesse, representou uma nova atitude feminina e marcava a maneira como as mulheres passariam a se vestir.



03- Croqui e imagem do “Le Smoking” de Yves Saint-Laurent

(fotografia de Helmut Lang)

Fonte: <https://goo.gl/vaAxLW>

2.3. Mary Quant

Estilista francesa, que na década de 60, criou a minissaia. Peça essa que se tornou muito coerente ao clima e contestador das jovens inglesas, que buscavam se diferenciar de suas mães e que culminou na liberdade de exibir o que antes era escondido: o corpo feminino.



04- Mary Quant nos anos 60 usando mini saia

Fonte: <https://goo.gl/jQfZPc>

2.4. Coco Chanel

Estilista francesa, considerada uma das pessoas mais importantes do século XX, pela revista Time, foi uma das primeiras mulheres a utilizar roupas masculinas em público e trazer o vestuário masculino para suas criações.



05- A estilista Coco Chanel com o seu clássico terninho em pied de poule.

Fonte: <http://legadodemaria.com.br/moda/5-pecas-femininas-de-origem-masculina/>



06- O classico tailleur Chanel

No entanto, mesmo com tantas rupturas, ainda hoje, em pleno século XXI, o ideal feminino continua aprisionado em um ideal de beleza e comportamento, como em outros tempos. Mas, também vem surgindo novas formas de utilizar a moda. Na contemporaneidade, ela vem se tornando uma ferramenta de expressão e comunicação social, podendo, inclusive ser uma ferramenta de luta e conscientização.

Abaixo será citado como os estilistas brasileiros Ronaldo Fraga e Zuzu Angel podem exemplificar essa nova forma de se pensar e fazer moda.

2.5 Ronaldo Fraga

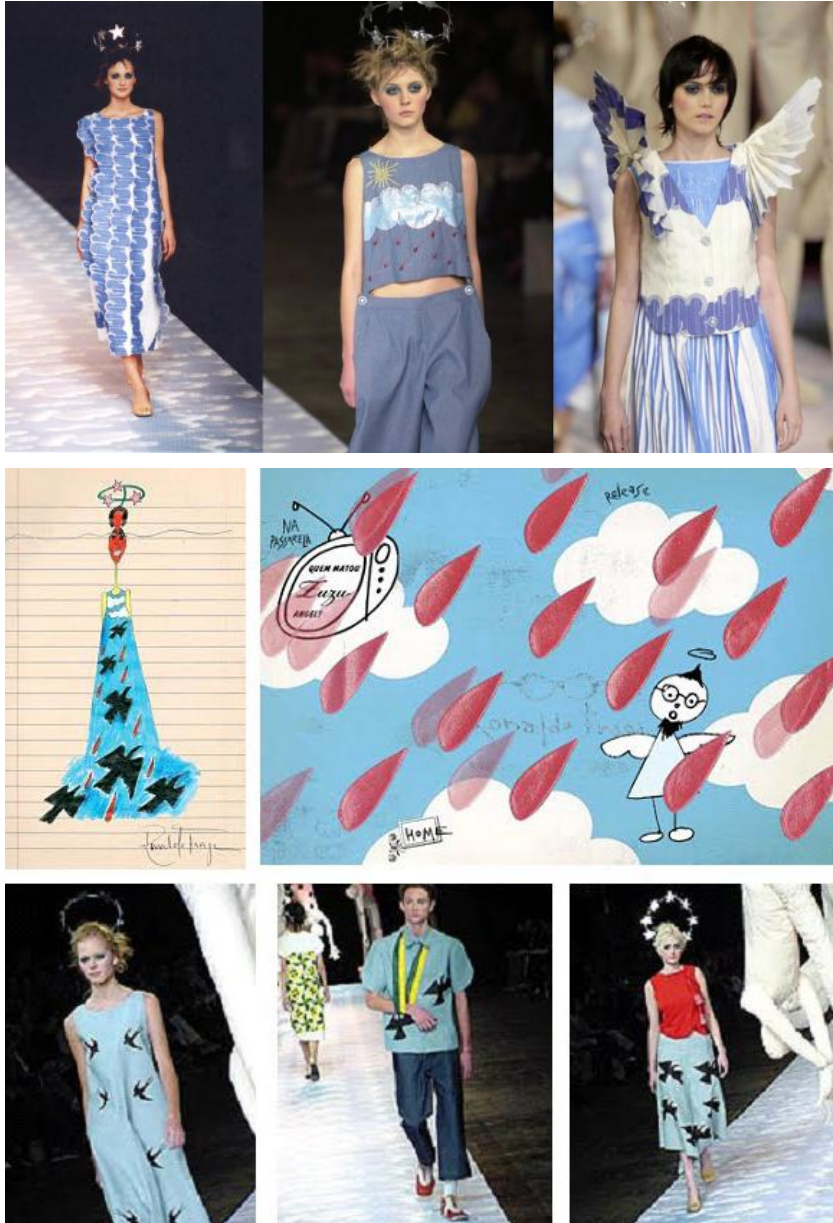
O desfile “Re-existência”, do estilista mineiro Ronaldo Fraga, que nesta coleção critica a intolerância aos refugiados, imigrantes e as diferenças.



07- “Re-existência”, a coleção apresentada na 41ª edição do São Paulo Fashion Week.

Fonte: <https://uberfashionblog.wordpress.com/2016/04/26/spfw-ronaldo-fraga-e-a-re-existencia/>

Também sob a assinatura do mineiro, o desfile “Quem matou Zuzu Angel?”, que não recontou apenas a história da estilista Zuzu Angel, mas trouxe as passarelas também o contexto histórico no qual ela viveu e morreu: o Regime Militar sob o qual o país viveu entre as décadas de 60 e 80.



08- Ronaldo Fraga - Primavera/Verão 2002 - “Quem Matou Zuzu Angel?”

(Foto: Reprodução)

Fonte: <https://goo.gl/UawGRY> e <https://goo.gl/2AcPhA>

Ronaldo Fraga explicita em seu desfile-manifesto no São Paulo Fashion Week no ano de 2016 que: “O corpo aprisiona, e as roupas libertam o ser”. Sendo assim, ele faz da roupa um veículo de comunicação, conscientização e crítica que vão muito além de estética e tendência. O estilista defende que “ Não precisamos só de roupa. A moda precisa dialogar com outras frentes.”

2.6 Zuzu Angel

A própria estilista Zuzu Angel que, em 1971, utilizou o desfile para protestar contra a

ditadura e chamar a atenção do mundo para o desaparecimento de seu único filho, o militante Stuart Angel. Em Setembro de 1971, em Nova York, a estilista mineira inaugurou o “desfile-protesto”.



09- O vestido assinado por Zuzu que integrou o desfile-protesto em Nova York, em 1971

Fonte: <https://goo.gl/qPzJ22>



10- Peça da exposição sobre Zuzu Angel

<https://goo.gl/rsou9A>

3. ARTE CONTEMPORÂNEA

Consiste em novas formas de manifestação e de experimentação da arte, o que agrega novos valores e conceitos as obras artísticas e ao ato de se fazer arte. O que, por sua vez, permite um novo posicionamento da arte perante a sociedade.

A partir dos anos 60, os artistas passaram a buscar formas de resgatar e aproximar uma relação da arte com o cotidiano. E foi essa aproximação entre arte e realidade que fez surgir o que entendemos hoje por arte contemporânea. Essa re-aproximação ocorreu, não apenas numa dimensão estética, mas também política, cultural e social. Neste contexto, o papel das instituições, o lugar da arte (museus e galerias) e o público foram questionados. Sendo assim, os artistas passaram a buscar novos lugares o que, conseqüentemente, promoveu novas manifestações estéticas e o surgimento de novos espaços alternativos para a arte, como as ruas.

O crítico Ronaldo Brito, ressalta em seu texto “O moderno e Contemporâneo” que a liberdade moderna não era simplesmente a afirmação de novas possibilidades, mas sim uma revolta, um desejo crítico frente as coisas e valores instruídos. Pode-se observar, portanto, que a arte contemporânea, abriga diversos valores da arte moderna, tal qual as inovações e experimentações artísticas bem como a diluição de fronteiras entre formas de expressão, através da valorização da subjetividade, do rompimento com os suportes tradicionais e principalmente a valorização da liberdade artística (BRITO, 2005).

Segundo a professora Zalinda Cartaxo (CARTAXO, 2009) o caráter plural da arte contemporânea de ser capaz de conciliar diversas linguagens ampliou o seu suporte tradicional para uma escala urbana. A adoção destes espaços da vida cotidiana revela a vontade de reaproximação entre o sujeito e o mundo. O que nos gera a inevitável pergunta, apontada por Ronaldo Brito em “O moderno e o contemporâneo”:

“Isto é arte?” e responde: “Não, senhoras e senhores, a arte é que é isto. Qualquer isto. Um isto problemático, reflexivo, que é necessário interrogar e decifrar. O saber da arte, o poder da arte desenvolvidos mais ou menos à sombra do logos, puseram-se em movimento para ‘compreender’ a nova situação. O projeto moderno, convém lembrar, representou um esforço duplo e contraditório: matar a arte para salvá-la.” (BRITO, 2005, p. 75).

4. ARTE CONCEITUAL

A arte conceitual, como o próprio nome sugere, trata da relevância do conceito embutido na arte e em sua execução. Segundo o artista Sol LeWitt

“... a ideia ou conceito é o aspecto mais importante da obra. Quando um artista utiliza uma forma conceitual de arte, isto significa que todo o planejamento e as decisões são feitas de antemão, e a execução é uma questão de procedimento rotineiro. A ideia se torna uma máquina que faz a arte.” (ARCHER, 2012, p. 71)

Ou seja, a arte não é apenas uma obra a ser admirada e sim um processo artístico. De acordo com Azevedo Júnior, “arte é uma experiência humana de conhecimento estético que transmite e expressa ideias e emoções” e com o decorrer dos anos essa experiência passou também a ser sentida, não só pelo seu espectador, mas também pelo próprio artista (AZEVEDO JÚNIOR, 2007).

Essas transformações tornaram possível a utilização de materiais não convencionais na construção da “nova” arte, com o objetivo de criar experiências, sensações e críticas, o que deu origem a Arte Conceitual.

No que diz respeito a moda, as roupas e desfiles ganharam um caráter que vai além do que simplesmente vestir. Houve uma aproximação ainda maior entre arte e moda, principalmente no que diz respeito a se aproximar de uma experiência que cause inquietação. Como apontado por Patrícia Sant’Anna, no livro “O desafio da criação de imagem de moda em um mundo global”:

“Enfim, como sair de um desfile desses falando “Que lindo!” ou “Que elegante!”? Os espectadores saíram atônitos, com ideias fervilhando na cabeça. “Isso foi um desfile? Aquilo são roupas?”, “Quem usaria (e quando) essa proposta de vestuário?”. Temos aqui o início contemporâneo da moda com base em investigações conceituais.” (SANT’ANNA, 2013)

Abaixo será demonstrado alguns exemplos de artistas cujo conceito embutido na arte, em sua execução e no processo artístico são pontos de extrema relevância para suas obras.

4.1 Stephen Willats

Artista britânico que em uma de suas exposições, iniciada nos anos 1965, propôs a ideia de um corpo interativo, que participa junto com a roupa, fazendo desta um meio externo de expressão pessoal, explorando o “eu”. A intenção do artista é fazer com que as pessoas que vestem essas roupas (feitas de diversos materiais nos quais letras e palavras podem ser escritas e coladas) se sintam parte do trabalho, e que sua

relação com as pessoas com quem elas interagem durante o processo se transforme para ambos os lados.



11- Stephen Willats, Multiple Clothings, Designs (1965-99), 1993
Fonte: <http://stephenwillats.com/work/open-system-multiple-clothing/>

4.2 Lee McQueen

O artista londrino (1969-2010) também teve seus trabalhos marcados pelos aspectos artísticos e teatrais de seus desfiles e o uso de recursos provocativos. O elitista faz de suas roupas um produto da fragmentação de ideais que acompanha a moderna sociedade, que questiona a própria beleza em busca de uma beleza ideológica do bizarro para revolucionar a ordem da elegância típica da alta-costura e da grande indústria das confecções (CORDEIRO, 2010).



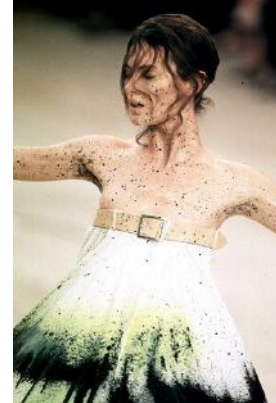
12- Vestido em seda todo coberto por flores naturais.
Coleção primavera/verão 2007 Sarabande inspirada no filme Barry Lyndon de Kubrick.

Fonte: <https://goo.gl/CCD24g>

Destaca-se seu desfile de primavera/verão de 1999, no qual a modelo, usando um vestido branco, girava devagar sobre um disco enquanto era alvejada com tintas preta e amarela por duas grandes pistolas robotizadas de pintura automotiva. Onde McQueen conseguiu criar uma cena delicada e orgânica a partir de máquinas industriais.



13- Shalom Harlow com o vestido pintado com spray. Primavera/verão 1999 (Foto: Catwalking)



Fonte: <https://goo.gl/1ZTRjL>
<https://goo.gl/ymFELv>

4.3 Jum Nakao

Pode-se citar também o estilista brasileiro cujas ideias superam o conceito de moda como o simples ato de vestir roupas. Para ele, moda é um meio de comunicação que propõe um novo olhar sobre o mundo e que, por isso, tem um grande potencial transformador.

Em 2004, Nakao ficou conhecido mundialmente ao realizar um desfile chamado “A costura do Invisível”, no São Paulo Fashion Week (SPFW). Nesse desfile, as modelos rasgaram as roupas de papel vegetal ao final do evento. Nesse desfile, o estilista chama atenção para o luxo, questionando a necessidade das pessoas enxergarem além do que é visível, das aparências, delas perceberem a importância das coisas banais e, dessa forma, restaurarem a sensibilidade.



14- Jum Nakao, A costura do Invisível, 2004
Fonte: <http://www.jumnakao.com/portfolios/a-costura-do-invisivel/>

Posteriormente, o estilista expôs *Lux Delix*, que vinha na mesma linha crítica. Era um vestido de gala visto de longe, porém ao se aproximar revela-se como sendo um amontoado de saco de lixo, com isso Jum Nakao trabalha equivalências e confluên-

cias de dualidades, no caso deste vestido o luxo e o lixo.



15-Jum Nakao, Lux Delix, 2004.
<http://www.jumnakao.com/portfolios/please-me-fashion/>

5. ARTE COMO INSTRUMENTO DE INTERVENÇÃO SOCIAL

Sendo a arte dotada de conceito e significados e sendo a experimentação e a busca de novas formas de manifestação pontos importantes da arte contemporânea, por que não fazer das ruas uma grande galeria e fazer da arte uma ferramenta de crítica social capaz de dar visibilidade a problemas cotidianos?

Serão citados abaixo alguns artistas que realizaram projetos artísticos em sintonia com essa proposta:

5.1. Mundano

Mundano é o codinome de Thiago T. L. A., paulista que aos 27 anos vem dando visibilidade a questão dos catadores de lixo de rua, que, para o artista são os verdadeiros agentes ambientais da cidade, através de seu projeto “Cidades Recicláveis”.

É um trabalho em conjunto com o catador, onde Mundano grafita mensagens dos próprios catadores em suas carroças, para fazer as outras pessoas refletirem. Em uma entrevista feita em 2014, ele diz que já haviam sido mais de 100 carroças pintadas em São Paulo, Nova York (EUA), Buenos Aires (Argentina), Santiago e Valparaíso (Chile).

Thiago aponta seu desejo em inserir esses catadores na sociedade, ele disse que: “Antes eu só fazia um grafite na carroça para tirá-los da invisibilidade, agora me preocupo com a segurança: instalo faixas refletivas, espelhinho e vou para várias cidades apresentar o projeto Cidades Recicláveis, que eu desenvolvi para ajudar a inserir os catadores na sociedade”. Fazendo da arte urbana uma ferramenta de intervenção e conscientização social, o artista ressalta outra vertente de seu trabalho, o de fazer uma “arte ambulante”. Mundano, ainda ressalta que: “Se pintarmos todas as carroças de São Paulo vamos inaugurar a maior exposição de arte ambulante do mundo, para uma população que, em sua maioria, não frequenta museus, nem galerias.”

Mundano aponta também que “Outros artistas vêm percebendo que não é só pintar

o muro, fazer uma estética bonita por ego, vandalismo ou ibope. Percebo que todos estão começando a olhar para o trabalho como uma missão, uma forma de conscientização, porque a arte é isso. Ela é livre, mas precisa fazer refletir.”



16- Projeto “Cidades Recicláveis”, Mundano A
Fonte: <https://goo.gl/dBfLdh>



17- Projeto “Cidades Recicláveis”, Mundano B
Fonte: <https://goo.gl/dBfLdh>

5.2. Banksy

Artista de rua britânico que iniciou na década de 90, um estilo de arte de guerrilha através da combinação entre humor negro, graffiti e estêncil. Banksy faz da sua arte uma ferramenta de crítica social, política e comportamental e das ruas sua galeria até os dias de hoje.



18- Crítica ao uso dos smartphones, Banksy
Fonte: <http://banksy.co.uk/out.asp>



19- Crítica a xenofobia, Banksy
Fonte: <http://banksy.co.uk/out.asp>

5.3. Negahamburger

A brasileira Evelyn Queiróz (Negahamburger) que desde 2012 vem utilizando sua arte (intervenções como grafite, retratos em aquarela ou handpoke tattoo) como uma ferramenta de denúncia, pelo Brasil e pela Europa, das situações de opressão e preconceito sofrido por mulheres, principalmente, fora do padrão estéticos do corpo.



20- Grafite valorizando o corpo feminino fora do padrão estético
Fonte: <https://goo.gl/Xtsn9t>

6. MODA , ARTE E O WEARABLE ART

Tendo como base o caráter acessível e conceitual dessa nova forma de arte e o desejo de colocá-la em contato com as pessoas e a impossibilidade de mantermos telas e esculturas nas ruas. Talvez seja o momento de acrescentarmos um novo suporte artístico, e por que não uma peça de roupa? A seguir, será abordada a junção entre moda, arte e o surgimento do *wearable art*, a arte de vestir.

“[...] enquanto o quadro só pode ser visto de frente e a estátua nos oferece sempre a sua face parada, a vestimenta vive na plenitude não só do colorido, mas do movimento [...], recompondo-se a cada momento, jogando com o imprevisto, dependendo do gesto, é a moda a mais viva, a mais humana das artes. “

(SOUZA, Gilda de Mello, 1996)

Para Gilda Mello, o movimento é essencial ao se falar de arte. Sendo o vestuário uma forma de expressão, arte e moda, o utilizam como suporte. Afinal, a indumentária, ao cobrir o corpo, transmite informações, como apontado pelo linguista francês Pierre Guiraud:

“ O corpo funciona como veículo de comunicação. Gestos, expressões, pequenos detalhes, mesmo os ditos “incontroláveis”, como questões físicas e reações fisiológicas do corpo, produzem sentido e comunicam algo ao receptor da mensagem .”

(GUIRAUD, 1991)

Sendo assim, o novo posicionamento artístico moderno e contemporâneo de resgatar e aproximar a arte da realidade e a busca por novos lugares e formas de manifestação possibilitou que os artistas pudessem atrelar moda e arte tendo a indumentária como suporte.

Será visto a seguir, alguns artistas que atrelaram essas vertentes no decorrer da história:

6.1 Henry Van de Velde

Considerado um dos principais representantes da Art nouveau belga e também um dos principais atores do movimento modernista. Em 1894, Henry criou modelos que receberam o apelido de “Kunstler Kleid, que significa “vestido artístico” ou “roupa de artista”.



21- Roupas de artista, Henry Van de Velde, 1902.

Fonte: <https://modaehistoriadaarte.wordpress.com/author/modaehistoriadaarte/>

6.2 Gustav Klimt e Emile Flöge

Gustav Klimt foi um pintor simbolista austríaco que teve como musa inspiradora a designer de moda e empresária Emile Flöge. Ambos foram figuras ativas na Secessão de Viena, movimento de grupo de jovens artistas no final do século XIX. Em 1905, o pintor juntamente com a designer, basearam-se nas ideias de Sigmund Freud e criaram trajes que deixavam de fora o espartilho e abusava da assimetria.



22- Gustav Klimt, vestido usado por Emile Flöge, 1905.
Fonte: <https://mondomoda.com.br/2015/09/24/emilie-louise-flöge-a-musa-inspiradora-de-gustav-klimt/>

6.3 Elsa Schiaparelli

Elsa Schiaparelli, por sua vez, foi uma das maiores estilistas italianas que conseguiu trabalhar com os conceitos de moda e arte atrelados. Elsa foi pioneira no segmento, pois agregou elementos do Manifesto surrealista (1924) à suas criações, além de ser a primeira estilista a construir uma coleção temática.

Em meados da década de 1930, Elsa, em conjunto com alguns artistas como Christian Bérard, Jean Cocteau realizou alguns trabalhos importantes, mas foi em parceria com Salvador Dalí, que ela criou alguns dos modelos mais famosos de sua carreira.



23- Vestido Lagosta, Salvador Dali, Telefone Lagosta
Fonte: <http://www.revistacliche.com.br/2012/01/a-moda-de-elsa-schiaparelli/>

6.4 Yves Saint-Laurent

Yves Saint Laurent é um dos nomes mais importantes da alta-costura do século XX. O estilista francês além de resgatar elementos do guarda roupa masculino adaptando ao universo feminino, utilizou nomes consagrados das artes plásticas como Monet, Mondrian, Van Gogh e Picasso como inspiração. Saint Laurent, se rendeu também aos pássaros coloridos e instrumentos cubistas de Georges Braque na confecção de estampas e em formas inovadoras.



24- Yves Saint-Laurent e os pássaros coloridos e instrumentos cubistas de Georges Braque

Fonte: <https://goo.gl/bPFqnK>

6.5 Andy Warhol

Empresário, pintor, cineasta norte-americano e uma figura maior do movimento de pop art, Andy Warhol iniciou o “Slogan Dress”. A arte figurativa e com iconografia televisiva, fotográfica, cinematográfica e publicitária do pop art, movimento surgiu na década de 50 na Inglaterra, mas que ganhou força na década de 60 nos Estados Unidos, passaram a estampar roupas. Como por exemplo quando Warhol transformou em arte os rótulos de sopas Campbell’s e essa arte se desdobrou para vestimenta.

Nos anos 60, Andy Warhol transformou em arte os rótulos das sopas Campbell's. E a marca de comida enlatada aproveitou para transformar a arte pop de Warhol em roupa.



25- Nos anos 60, Andy Warhol transformou em arte os rótulos das sopas Campbell', A marca de comida enlatada aproveitou para transformar a arte de Warhol em roupa.

Fonte: <https://goo.gl/2qnM8h>

6.6 “Wearable Art”, Art to wear, fiber art ou Rouparte

Nos anos 70, surgiu nos Estados Unidos uma área artística designada “*Wearable Art*” que ultrapassa o conceito de alta costura e o entendimento de arte decorativa. Conhecida com *Art to Wear*, *Fiber Art* ou Rouparte, termo utilizado no Brasil, assume-se essencialmente, no envolvimento expressivo e transformador e de individualização. Para tornar isso possível, os artistas diversificaram entre pintura, colagem, crochê, tricô, bordado gerando um mix de arte e técnica.

Mesmo a terminologia “rouparte” sendo relativamente recente, artistas como Oitica e Lygia Clark já realizavam projetos que envolviam o ato de vestir e aquilo que se vestia como uma experiência artística. Artistas mais recentes, como Sandra Machado e Francesca Perona dão, vem dando continuidade nos últimos anos ao que hoje se intitula como “rouparte”.

6.6.1 Lygia Clark

Pintora e escultora brasileira contemporânea, a mineira é uma das mais cultuadas artistas brasileiras de todos os tempos. Em 1966, passou a se dedicar a seu projeto “Objetos Sensoriais”, trabalhando com ferramentas do cotidiano para explorar todas as relações possíveis entre o corpo e a arte.

Em busca de sensações únicas, cada máscara foi confeccionada com cores e materiais diferentes que aguçam os sentidos com a intenção de fazer com que o espectador ao colocar a máscara se isole do mundo exterior, permitindo assim que ele viva plenamente aquela experiência.



26- Lygia Clark, Máscaras Sensoriais (1967)

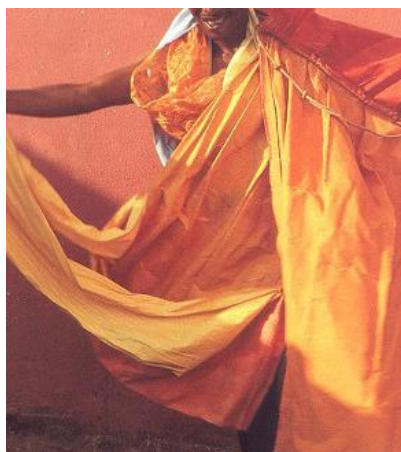
Fonte: <https://goo.gl/2zNbFS>

6.6.2 Hélio Oiticica

A partir do início dos anos 60, Oiticica começou a definir qual seria o seu papel nas artes plásticas brasileiras e a conceituar uma nova forma de trabalhar, fazendo uso de maneiras que rompiam com a ideia de contemplação estática. Em 1964, o artista aproximou-se da cultura popular e passou a frequentar a Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira, tornando-se passista e integrando-se na comunidade do morro.

Nesse contexto, criou os Parangolés: vestimentas híbridas que conjugam a solenidade dos mantos aristocráticos ou como dizia o artista, um “trans-objeto” em que o espectador vira a própria obra de arte. Sobre os Parangolés, Hélio em suas anotações, diz que:

“[...] o espectador “veste” a capa que se constitui de camadas de pano de cor que se revela à medida que este se movimenta correndo ou dançando. A obra requer aí à participação corporal direta; além de revestir o corpo, pede que esse se movimente que dance em ultima análise. [...] o vestir já em si se constitui numa totalidade vivencial da obra, pois ao desdobrá-lo tendo como núcleo central o seu próprio corpo [...]” (OITICICA, 1964 apud COSTA 2005, p.55)



27- Nildo da Mangueira, com Parangolé, 1964

Fonte: <https://goo.gl/PwLKSU>

6.6.3 Sandra Machado

A estilista brasileira e artista plástica Sandra Machado, é um exemplo desse novo conceito de rouparte. Com formação em História e Etnologia kayapó, a belenense faz um mix de alta-costura com peças indígenas.

Em um de seus projetos, Sandra traz para a moda a arte fundida com a cultura indígena. Cujo processo de produção tem um enorme cuidado e estudo envolvido para se apropriar dessa cultura de forma respeitosa, como por exemplo a pintura à mão, análogo ao processo indígena. O que aproxima a moda da arte, a medida em que todo o processo produtivo acaba sendo tão importante quanto o resultado final.



28- Etnográficos, Sandra Machado

Fonte: <http://estilosandramachado.blogspot.com.br/2010/01/etnograficos.html>

6.6.4 Francesca Perona

A artista e designer londrina, possui seu trabalho voltado para a pesquisa e experimentação, através da integração entre materiais inovadores, processos científicos e técnicas de fabricação digital para produzir suas obras.

Seu trabalho intitulado “*Crafting Human Perception*” por exemplo, cria uma escultura interativa de matéria têxtil que explora novos modos de ampliar a percepção humana. A arte repensa a relação tradicional entre os corpos e as superfícies têxteis artesanais.



29- Crafting Human Perception, Francesca Perona

Fonte: <http://www.francescaperona.com/portfolio/2113/>

Outro projeto de Francesca é o “*Share A-like Prototype*” que convida a uma reflexão sobre a nossa experiência diária baseada em Internet e sobre as delicadas repercus-

sões da comunicação on-line em nossa privacidade e propriedade de dados. O projeto foi estruturado como um processo de duas partes: um design de moda de código aberto e uma performance interativa.



30- Share a-like phototype, Francesca Perona

Fonte: <http://www.francescaperona.com/portfolio/the-share-a-like-prototype/>

7. GÊNERO E FEMINISMO

Antes de mais nada, precisa-se, inicialmente, compreender a diferença entre gênero e sexo. Sexo é a biologia. Nasce-se macho ou fêmea, ou seja, os sistemas reprodutores e outras características físicas é o que diferem os homens e as mulheres. Gênero, por outro lado, é fruto da ideologia social que se dá a partir disso. Em outras palavras: gênero é o conjunto de imposições e padrões sociais que definem a masculinidade e a feminilidade e que são dados aos indivíduos muito antes deles nascerem (CARVALHO, 2011).

Segundo a professora e pesquisadora Marília Pinto de Carvalho da Universidade de São Paulo, em sua análise sobre o livro do sociólogo francês Pierre Bourdieu, sobre o gênero pode-se dizer que:

“Por tratar-se de uma relação social construída a partir da percepção de uma diferença física, entre os corpos de homens e mulheres, o gênero muitas vezes é expulso do campo da história, da cultura e da sociedade e reduzido a uma dimensão natural ou essencial, de toda forma imutável. Contudo, autoras como Scott (1995) buscam enfatizar que nenhuma experiência corporal existe fora dos processos sociais e históricos de construção de significados, fora das relações sociais. Os corpos de homens e mulheres não originam essências ou experiências fundantes de pretensas naturezas feminina ou masculina. A dificuldade está em que certos domínios da vida social têm sido sistematicamente associados à natureza e assim retirados à ação humana: a infância, a família, a sexualidade, as mulheres são alguns casos. Parte do esforço das teóricas do gênero tem sido exatamente de desnaturalizar esses domínios, construindo sua história, afirmando sua variabilidade e sua inserção no campo da cultura.”

(CARVALHO, Marília Pinto, 2011)

A interiorização social desse conceito de gênero atrelado a natureza feminina e masculina estruturou a sociedade em duas classes sexuais. Essa relação, por sua vez, somada a socialização, conjunto de políticas e padrões culturais, é o que encaixa o indivíduo na classe a ele destinada. Segundo Simone Beauvoir, expoente do movimento feminista: “ Não se nasce mulher. Torna-se mulher.”

Segundo a bióloga, filósofa, escritora e professora estadunidense, Donna Haraway:

“ [...] apesar de importantes diferenças, todos os significados modernos de gênero se enraízam na observação de Simone de Beauvoir de que “não se nasce mulher” e nas condições sociais do pós-guerra que possibilitaram a construção das mulheres como um coletivo histórico, sujeito-em-processo. Gênero é um conceito desenvolvido para contestar a naturalização da diferença sexual em múltiplas arenas de luta. (HARAWAY 2004, p. 211)

Ou seja, é importante atentar para o fato de que uma versão funcionalista e essencializante das palavras de Simone de Beauvoir, fez com que o gênero fosse utilizado por psicólogos norte americanos para descrever elementos que eram considerados culturais em oposição aos considerados naturais. Nessa abordagem, o gênero aparece como uma classificação dotada de simbolismo. Essa ordem simbólica originou a categorização e hierarquização da sociedade em termos de gênero, masculino e feminino (CARVALHO, 2011).

E é essa categorização que nos faz crer que “ser mulher” está relacionado a ser dócil, submissa, comportada, bondosa, mãe, esposa, do lar e recatada e também que a mulher deve estar sempre agradável aos olhos dos homens e da sociedade para serem aceitas, não só como mulheres, mas como seres humanos.

A existência desse rótulo e a minha experiência como um ser humano de sexo feminino vivendo sobre a imposição dos padrões machistas de comportamento foram motivadores para fazer do feminismo o tema do meu projeto com o intuito de conscientizar a sociedade através da arte ,da moda e do design.

8. MOVIMENTO FEMINISTA

Para libertar as mulheres dessa condição social eclodiram grandes lutas pelo direito e liberdade ao redor do mundo. No Brasil, se iniciou com a luta pelo sufrágio feminino, liderado por Bertha Lutz, no século XX. O que protagonizou o surgimento do movimento feminista no país.

Com essa conquista, ainda no século XX, o movimento passa a ser caracterizado como movimento social e político em prol e defesa das mulheres. Depois de altos e baixos, foi durante os “ anos de chumbo” (ditadura militar) que o estereótipo feminino de “dona do lar” e “sexo frágil” começou a ser quebrado, pois as mulheres além de passarem a ser inseridas na guerrilha contra o governo militar, também tiveram a oportunidade de entrar em contato com o feminismo estrangeiro, ao serem exiladas. O que possibilitou que o movimento ganhasse força no Brasil. Ainda nesse contexto, após a ditadura, houve a consolidação da equidade de gênero através da nova

constituição de 1988. Ou seja, segundo a mesma homens e mulheres são iguais em seus direitos e obrigações.

No entanto, ainda é muito comum ver esses direitos violados, o que faz o assédio e o desrespeito questões cujas mulheres são submetidas cotidianamente. E, além disso, a existência da classe sexual continua sendo um molde para a socialização e, consequentemente, para a submissão da mulher perante a sociedade machista o que se distancia muito da equidade de gênero, visto que a própria lei usa como base o gênero (conjunto de padrões sociais).

Em meio as lutas em prol das mulheres perante a sociedade é de extrema importância reconhecer a atuação do movimento feminista na quebra de padrões e na conscientização social.

Muitos direitos já foram conquistados, como por exemplo a lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006, popularmente conhecida como Lei Maria da Penha que garante a proteção das mulheres contra qualquer tipo de violência doméstica, seja física, psicológica, patrimonial ou moral.

Mas ainda há muitas lutas a serem vencidas, o que pode ser exemplificado pelas iniciativas e projetos existentes, como o “Chega de Fiu Fiu”, criado pela ONG feminista Olga em 2013, e o aplicativo “ Sai pra lá”, criado por Catharina Doria em 2015. Ambos tem como objetivo mapear os casos de assédio sexual que ocorrem diariamente pelo país, o que demonstra que a violência contra mulher continua sendo uma realidade.

Sendo assim, é necessário dar continuidade a conscientização da sociedade como um todo e, principalmente, às mulheres, para que essas possam romper as amarras sociais e possam se tornar o que quiserem e não se restringir a uma caixa dotada de conceito do que ela deveria ser. Em outras palavras: que cada mulher seja responsável por sua própria definição do que é “ser” mulher e que elas possam viver em segurança independente de qual seja a sua escolha.

9. O PROJETO

“ Se tomarmos ‘arte’ no sentido restrito, de artes plásticas é verdade que design não é arte. Somente os projetos mais sofisticados de design teriam condição de pleitear tal designação. Se tomarmos “Arte” no sentido amplo, com A maiúscula, design é uma de suas manifestações, sem dúvida. Arte é um meio de acesso ao desconhecido, em pé de igualdade com a ciência, a filosofia, a religião – enfim, os poucos caminhos que o ser humano encontrou para relacionar seu interior com o universo que o cerca- [...] Afinal, design é um campo dedicado à objetivação, à construção, à materialização de ideias.” (CARDOSO, Rafael, 2012)

Segundo a designer Roxane Jubert (2006), movimentos como o da pop art, arte minimalista, arte conceitual, land art e body art foram alguns dos grupos ou manifestações que além de transformarem os horizontes artísticos, também trouxeram ao design gráfico um exemplo de liberdade criativa, encorajando o mundo gráfico a propor e pensar novas maneiras de se expressar visualmente. Como foi visto, a arte nesse novo perío-

do não mais se restringia à apresentação formal e racional, buscando a autenticidade artística, o que resultou em uma arte muito mais livre, ampliando-se através de novos suportes e propondo um caráter totalmente plural e híbrido da arte contemporânea e consequentemente, estendeu-se também ao design gráfico (JUBERT, Roxane 2006 apud FABRES, Paola, 2011).

A utilização do pensamento conceitual ao longo de uma manifestação gráfica além de abrir espaço para novas experimentações do design, permitiu muitos trabalhos de cunho político e filosófico, resultando em uma linguagem, muitas vezes, contestadora e inovadora.

“O feminismo pode ser o que quer que as pessoas façam dele, desde que condizente com suas bases. Nesse caso, acredito que seja legítimo ele se tornar uma mensagem mais palatável, bem-humorada, fácil” (FARIA, Juliana, 2016)

Tendo como base a afirmação da jornalista paulista, Juliana de Faria, que fez e faz diferença na vida e na discussão de milhares de mulheres brasileiras através da ONG feminista Olga e também levando em consideração a diversas vertentes e matizes existentes no movimento feminista, o projeto foi dividido em duas partes.

Ambas levam em consideração as novas formas de manifestação da arte contemporânea e buscando transformar o meio urbano, local onde a maioria dos assédios ocorrem, em uma galeria com o intuito de comunicar e conscientizar sobre os problemas que assombram o universo feminino e principalmente para que haja o empoderamento da mulher.

PARTE I- Campanha voltada para o meio digital, através da adaptação do conceito de “sleeveface”. O Sleeveface consiste em tirar uma fotografia em que se substitui uma parte do corpo por uma capa de um disco de vinil. No entanto, ao invés de capas de disco de vinil, serão utilizadas fotografias de corpos femininos nus com frases do universo feminista com o intuito de “vestir a nudez” afim de afirmar o corpo como uma forma artística de expressão. Sendo assim, busca-se por meio de um design mais impactante representar a força da mulher e do movimento em questão, visando valorizar a experiência, a subjetividade e a criatividade daquele que interagirá com as imagens.

PARTE II- Foi utilizado como suporte a estamperia com um design mais leve e delicado, fazendo referência as características doces da mulher, assim como a vertente menos radical do movimento feminista. Essa segunda proposta, possui o intuito de propagar frases e imagens do universo feminista no cotidiano através da relação entre moda, arte e design e fazendo da vestimenta uma espécie de cartaz ambulante.

Em ambas as partes, as imagens e estampas foram abordadas de maneira atraente, provocativa e delicada, capaz de surpreender o observador de forma a promover uma aproximação do público com as peças desenvolvidas e, principalmente, uma aproximação com o movimento feminista.

9.1 Projeto Gráfico

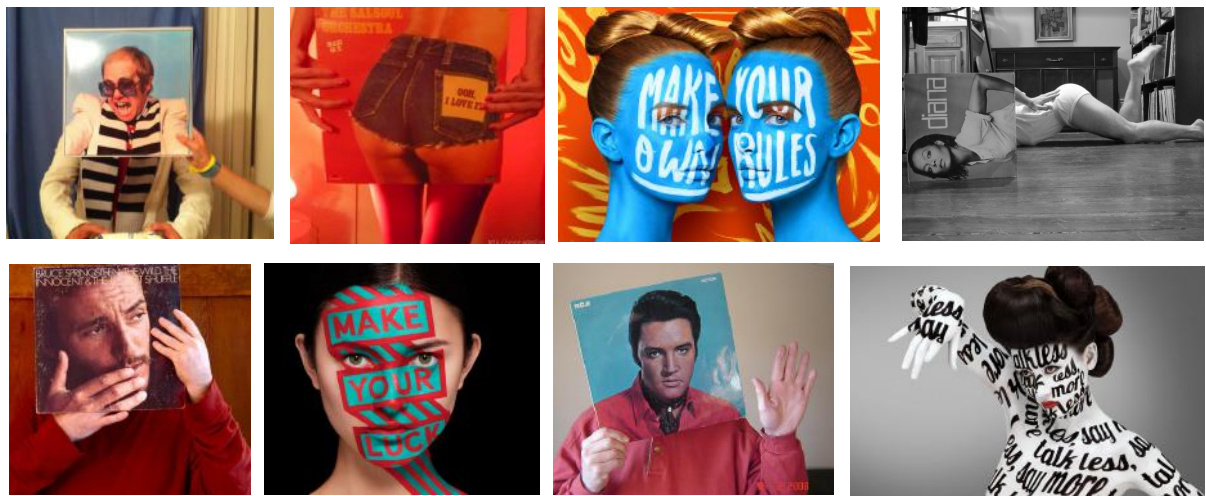
Como dito anteriormente, o projeto se apresentou em duas partes. Sendo a primeira referente à campanha nas redes sociais e a segunda referente à estamperia.

9.1.1 Parte 1 - Campanha

Neste ítem é demonstrado o projeto gráfico desenvolvido para a campanha com a adaptação da brincadeira “sleeveface” para a temática feminista.

Foram desenvolvidas quatro imagens, todas elas com uma paleta de cores mais sóbrias e utilização de fotografia em preto e branco para que a brincadeira não ofuscas-se a seriedade e força contidos na temática feminista. Além também, de representar uma vertente mais impactante do movimento.

9.1.1.1 Referências Visuais



9.1.1.2 Peças Gráficas

9.1.1.2.A- Meu corpo me pertence

A peça gráfica “Meu corpo me pertence” faz referência a repressão e imposição social sofrida pelas mulheres. A imagem tem como objetivo ratificar a mulher como proprietária de seu corpo, podendo esta, fazer o que bem entender com ele.



Tipografia

Gill Sans MT Ext Condensed Bold

brushgo Regular

Paleta de cores



C 78%
M 73%
Y 64%
K 91%



C 37%
M 33%
Y 39%
K 14%



C 57%
M 49%
Y 51%
K 42%



C 31%
M 76%
Y 100%
K 38%



C 20%
M 15%
Y 16%
K 0%

Fotografia: Banco de imagens gratuito

9.1.1.2.B- Não sou obrigada

A peça gráfica “Não sou obrigada” faz alusão a condição da mulher de muitas vezes se ver na obrigação de fazer, ou deixar de fazer certas coisas devido a imposição de gênero, pelo simples fato de ser mulher. A imagem tem como objetivo dar voz a essas mulheres.



Tipografia

Gill Sans MT Ext Condensed Bold

Paleta de cores



C 77%
M 40%
Y 34%
K 60%



C 88%
M 50%
Y 39%
K 45%



C 69%
M 70%
Y 55%
K 50%



C 49%
M 39%
Y 43%
K 24%



C 63%
M 100%
Y 100%
K 51%

Fotografia: Banco de imagens gratuito

9.1.1.2.C- Liberdade é não ter medo

A frase “Liberdade é não ter medo” ganhou força na voz da pianista, cantora, compositora e ativista norte-americana, Nina Simone, na luta pelos direitos civis dos negros. Nessa peça a frase é adaptada para o contexto de lutas pelo direito igualitário de gênero, referindo-se a pseudo liberdade de ir e vir, a falsa sensação de liberdade de expressão e tantas outras “liberdades” envoltas de medo que as mulheres vivem na sociedade contemporânea.



Tipografia

Gill Sans MT Ext Condensed Bold

Paleta de cores



C 88%
M 76%
Y 62%
K 95%



C 58%
M 47%
Y 47%
K 38%



C 48%
M 37%
Y 38%
K 18%



C 18%
M 13%
Y 14%
K 38%



C 72%
M 62%
Y 58%
K 73%

Fotografia: Dêssa Liebermann

9.1.1.2.D- GRL PWR

A sigra “GLR PWR” é extremamente empregada no universo feminista, refere-se ao termo inglês “Girl Power” que significa “Poder Feminino”. A genitália feminina é o que, automaticamente, enquadra a mulher no gênero feminino. Sendo assim, ao longo da história sofreu grandes repressões no que diz respeito ao prazer e à educação sexual e fisiologia. O triângulo com a ponta para baixo, por sua vez, representa o sagrado feminino, a feminilidade e a fertilidade. Sendo assim, proposta da peça em questão é dar força ao corpo e a sexualidade da mulher.



Tipografia

Gill Sans MT Ext Condensed Bold

Paleta de cores



C 66%
M 58%
Y 55%
K 60%



C 80%
M 72%
Y 62%
K 90%



C 58%
M 48%
Y 47%
K 37%



C 27%
M 98%
Y 67%
K 27%

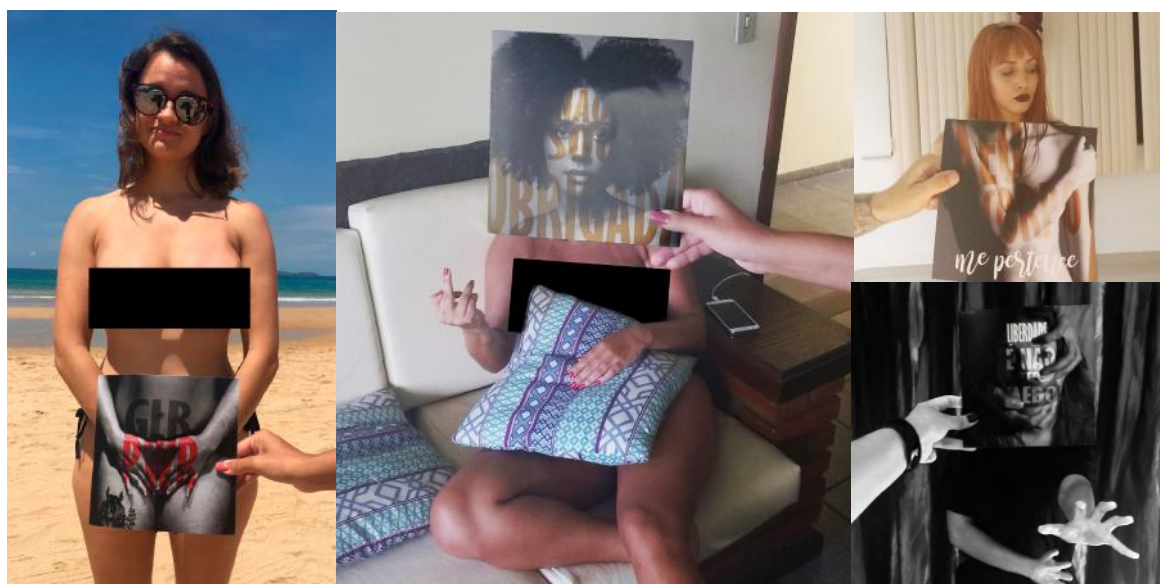


C 49%
M 41%
Y 38%
K 22%

Fotografia: Danillo Sabino

Modelo: Elisa Caldeira

9.1.1.2.E - Aplicações





9.1.2 Parte 2 - Estamparia

Neste ítem, foi abordado o projeto gráfico de estamparia.

Foram desenvolvidas quatro estampas buscando trazer a temática feminista com leveza e delicadeza. Para isso foi utilizado como ferramenta a colagem digital com flores e tipografia. Para manter a unidade com a outra parte do projeto, foram mantidos elementos em tons de cinza. E para reforçar ainda mais o conceito do projeto, trouxe o laranja, cor convencionada para representar a luta das mulheres contra a violência, e o amarelo, uma das cores utilizadas para formar a cor terciária laranja.

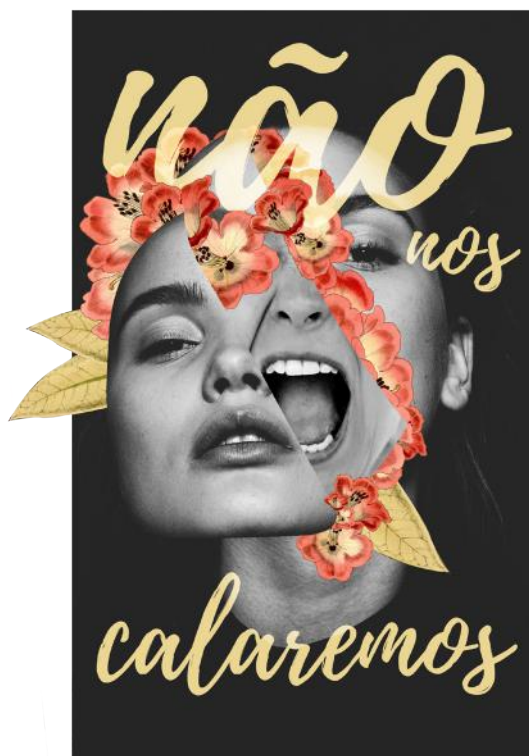
9.1.2.1.Referências Visuais



9.1.2.2. Projeto Gráfico

9.1.2.2.Não nos calaremos

A estampa “Não nos calaremos” surge como um ponto de conexão entre a linguagem visual da campanha e da estamparia. Uma vez que mescla fotografia (em preto e branco), tipografia e flores através da colagem digital. A peça objetiva expressar a voz gritante/ativa que existe dentro de toda mulher, mas sem que, necessariamente, seja perdida a doçura e a leveza.



Tipografia

Playlist Script

Paleta de cores



C 31%
M 36%
Y 32%
K 12%



C 40%
M 30%
Y 27%
K 100%



C 0%
M 70%
Y 66%
K 0%



C 27%
M 22%
Y 22%
K 3%



C 5%
M 22%
Y 51%
K 0%

9.1.2.2.A.1 Aplicação



9.1.2.2.B Gosto de flores, mas prefiro respeito

Tão natural e belo como as flores, é o corpo feminino. Nesta peça o corpo feminino aparece mesclado às flores fazendo alusão ao natural e ao belo, que merece cuidado e respeito, assim como as flores. A frase “ Gosto de Flores, mas prefiro respeito” refere-se à cultura de presentear a mulher com flores após um desentendimento. Por que não substituir as flores por respeito?



Tipografia

Signature of the Ancient

Agency FB Bold

Agency FB

Paleta de cores



C 45%
M 79%
Y 78%
K 71%



C 40%
M 30%
Y 27%
K 100%



C 29%
M 64%
Y 47%
K 25%



C 22%
M 17%
Y 18%
K 1%



C 5%
M 15%
Y 77%
K 0%

9.2.6.B.1 Aplicação



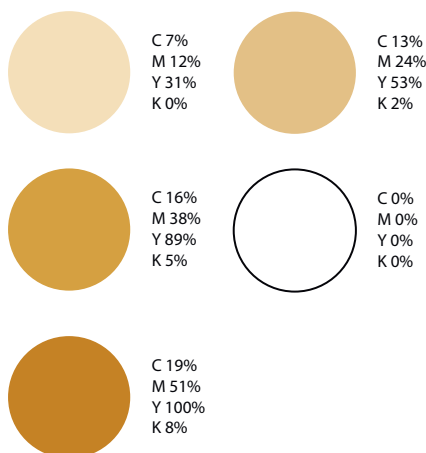
9.1.2.2.C GLR PWR

Nesta peça, o GRL PWR e o triângulo com a ponta para baixo aparecem juntos às flores para emponderar o feminino e a tangerina aparece na imagem fazendo alusão a genitália feminina dando força ao corpo da mulher. A estampa busca trazer a força feminina de uma forma doce e singela.

Tipografia

Agency FB Bold

Paleta de cores



9.1.2.2.C.1 Aplicação



9.1.2.2.D - Chega de fiu fiu

“Chega de Fiu Fiu” é uma campanha de combate ao assédio sexual em espaços públicos lançada pela ONG Think Olga. Sendo assim, essa estampa foi desenvolvida em homenagem ao projeto buscando trazer de forma divertida e delicada uma crítica ao assédio sexual nos espaços públicos.

Assobios e cantos de pássaros misturam-se em meio a vida urbana, assim como os inúmeros “fiu-fiu”s e assédios ouvidos pelas mulheres nos espaços públicos. Sendo assim, “Fiu Fiu” e o pássaro são uma brincadeira com esses assobios.



Tipografia

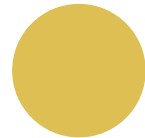
CAMINO CONDENSED

Alamain Regular

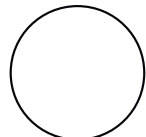
Paleta de cores



C 31%
M 24%
Y 25%
K 4%



C 15%
M 22%
Y 82%
K 3%



C 0%
M 0%
Y 0%
K 0%



C 40%
M 30%
Y 27%
K 100%



C 35%
M 49%
Y 75%
K 35%



Módulo



Estampa corrida

9.1.2.2.D.1 Aplicação



10. PRODUÇÃO

A camisas foram estampadas de forma caseira para que eu pudesse experienciar todas as etapas do projeto, desde o conceito à produção e materialização do mesmo.

Os materiais utilizados foram: papel transfer para tecidos claros, camisetas 100% algodão, ferro de passar roupa, impressora jato de tinta, papel manteiga, superfície lisa e pesos de papel.

A seguir, apresentarei o passo-a-passo desse processo.

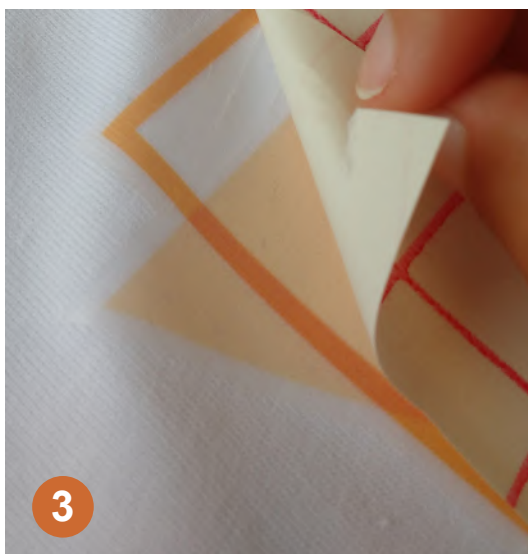


Imprima a estampa em papel transfer para tecidos claros em uma impressora jato de tinta. Em seguida, posicione o papel com a face impressa para baixo sobre a camisa (100% algodão).

*Para imprimir a imagem deve estar espelhada e para melhor acabamento, é recomendado recortar a imagem e deixar uma borda de segurança.



Depois, posicione uma folha de papel manteiga sobre o papel transfer e ajuste o ferro para temperatura máxima. Passe o ferro firmemente por 20 segundos e continue até completar toda a área da imagem.



Após completar toda a imagem, retire o papel transfer com cautela.



Está pronto!

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo o design feito por pessoas e para pessoas e o designer um solucionador de problemas e influenciador de relações, este profissional deve atentar para os problemas e conflitos sociais com o intuito de resolvê-los, transformá-los e explicitá-los. No que diz respeito às mulheres na sociedade contemporânea e ao movimento feminista, muito já foi conquistado, no entanto ainda há muito pelo o que lutar.

O objetivo desse projeto foi de aproximar o movimento feminista do cotidiano através de uma pequena campanha voltada para as redes sociais e do desenvolvimento de estampas com o objetivo de emponderar a mulher através da relação entre moda, arte e design.

Espera-se que esta pesquisa possibilite um novo olhar sobre o movimento feminista e suas diversas formas de manifestação e sobre a importância do design e da arte na sociedade e nas relações humanas.

Deseja-se que esse projeto sirva como inspiração para novos estudos e debates dentro dessa temática que ainda é tratada como tabu como a igualdade entre os gêneros e da importância da luta feminina por seus direitos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARCHER, Michael. Arte contemporânea: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

AZEVEDO JUNIOR, José Garcia de. Apostila de arte: artes visuais. São Luís: Imagética Comunicação e Design, 2007.

BRITO, R. Experiência crítica. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CARDOSO, RAFAEL _ Design para um mundo complexo, São Paulo. Cosac Naify, 2012

CARTAXO, Zalinda. ARTE NOS ESPAÇOS PÚBLICOS: a cidade como realidade. Programa de pós graduação em artes cênicas. UNIRIO, 2009. Disponível em: <http://www.seer.unirio.br/index.php/opercevejoonline/article/view/431/381> Acesso em: 9 de Julho/2017

CARVALHO, Marília Pinto. O conceito de Gênero, uma leitura com base nos trabalhos GT Sociologia da Educação ANPEd (1999-2009) Revista Brasileira de Educação v. 16 n. 46 jan.|abr. 2011 Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/v16n46/v16n46a06.pdf> Acesso em: 22 de Julho/2017

CORDEIRO, Manuela Casali. Desfile Alexander McQueen Semana de Moda de Paris Outono Inverno 2010. Disponível em: <http://www.portaisdamoda.com.br/noticiaInt~id~18310~n~desfile+alexander+mcqueen+semana+de+moda+de+paris+outono+inverno+2010.htm> . Acesso em: 22 de Julho/ 2017

COSTA, Cacilda Teixeira da. Roupas de artista: o vestuário na obra de arte. São Paulo: Imprensa Oficial do estado de São Paulo: Edusp, 2009.

DURAND, José Carlos. Moda, Luxo e Economia. Edição do autori, 1988.

FABRES, Paola. O Design Gráfico Contemporâneo e suas Linguagens Visuais. Porto Alegre: Uniritter, 2011.

FARIA, Juliana. Com adesão de celebridades, feminismo entra no vocabulário pop. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/livros/com-adesao-de-celebridades-feminismo-entra-no-vocabulario-pop-15011747> . Acesso em: 28 de Novembro/ 2017

GUIRARD, Pierre. A linguagem do corpo. Trad. Lólio Lourenço de Oliveira. São Paulo: Ática, 1991.

HARAWAY, Donna. Gênero para um dicionário marxista. Cadernos Pagu, Campinas, n.22, p. 201-246, 2004.

JUBERT, Roxane. Typography and Graphic Design. From Antiquity to the Present Paris: Flammarion, 2006.

L.T.A, Thiago. Mundano: Como um grafiteiro se tornou símbolo da arte que muda o mundo. GQ Brasil, por BRUNO ABBUD, 2013. Disponível em: <http://gq.globo.com/Cultura/noticia/2013/09/mundano-como-um-grafiteiro-se-tornou-simbolo-da-arte-que-muda-o-mundo.html> Acesso em: 29 de Junho/2017

MONTEIRO, Queila. Revolução Industrial e a industrialização do vestuário: onde a função encontrou a moda, 2007. Disponível em: <http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/revolucao-industrial-e-a-industrializacao-do-vestuario-onde-a-funcao-encontrou-a-moda/> Acesso em: 22 de Abril/2018

MULLER, Florence. Arte e moda. São Paulo: Casac & Naify, 2000.

SANT'ANNA, Patrícia. O Desafio da criação de imagem de moda em um mundo global, parte do livro Styling e Criação de Imagem de Moda. Editora Senac.

SOUZA, Gilda de Mello. O espírito das roupas: a moda do século dezenove. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

THINK OLGA. Olga: Chega de Fiu Fiu. 2013. Disponível em: <http://thinkolga.com/chega-de-fiu-fiu/> Acesso em: 8 de Junho/2017.

WILSON, Elizabeth. Adorned in dreams: Fashion and Modernity", 1985.