

The image shows four small, clear glass vessels, possibly vials or ampoules, arranged on a white surface. Each vessel is tied with a red string and has a white label with a barcode. The vessels are positioned at various angles: one in the top left, one in the top right, one in the middle left, and one in the bottom center. The background is a plain, light-colored surface.

*fragmentos
do mito
da beleza*

Por Bianca Alves Martins Val Franco
Brasília, 2018

Universidade de Brasília
Instituto de Artes
Departamento de Artes Visuais

Fragmentos do Mito da Beleza

Por:
Bianca Alves Martins Val Franco
Brasília, 2018

SUMÁRIO

Tecendo relações com o tema do trabalho	P.03
Um breve panorama na história de criação da Boneca Barbie à luz de Barbie e Ruth	P.06
Momento de fala	P.16
O Corpo	P.17
Quando a arte fala pelo corpo	P.18
O Caminho até o resultado (Quase final)	P.22
Agradecimentos	P.30
Referências	P.31

TECENDO RELAÇÕES COM O TEMA DO TRABALHO

As motivações desse trabalho foram pontos que considero importantes em minha vida e na produção de arte, como: a sexualização da imagem feminina; os padrões sociais, estéticos e de comportamento pregados pela sociedade; a obsessão pela imagem e pelo corpo; a busca de uma identidade; a incessante reprodução e cópia de um modelo e padrões de beleza gerados pela indústria.

Assim, iniciei minha produção elegendo a boneca Barbie como representante do modelo padrão a ser questionado considerando, também, as experiências durante a infância e as inquietações atuais

que me fizeram refletir sobre os padrões velados ou implícitos na representação da boneca.

Outro aspecto relevante sobre o objeto escolhido é como a sua história de criação pode ter propiciado uma imagem sensualizada proveniente de um imaginário criado com valores consumistas e glamorosos. Conforme, descrevo no capítulo seguinte.

Nesse sentido, para realizar este trabalho, que resultou em uma instalação, foram coletadas 10 barbies e reproduzidas a partir de moldes tirados dos corpos das

bonecas, fragmentados e refeitos em resina acrílica. Os fragmentos da boneca serão expostos pendurados em pregos lado a lado, cada um terá uma etiqueta com um código de barras.

As peças podem ser tocadas, retiradas dos pregos e sentidas pelo tato dos visitantes da exposição. Proponho a manipulação da obra.

A forma de produção com moldes e peças copiadas do modelo da boneca me remete ao mesmo modo como a Barbie é produzida, em uma linha de montagem peça por peça. Assim, serve como exemplo para o questionamento não somente do padrão de beleza, mas aquele padrão de beleza produzido pela indústria, em larga escala, com características que remarcam, por exemplo, o perfil magro, esbelto, jovem, branco e loiro no corpo da mulher.

Explorar e expor o objeto (corpo) que possui uma forte identidade cultural padronizada e de consumo é a proposta (objetivo geral).

Questionar uma cultura do corpo que transmite uma imagem fictícia de saúde, mas que de forma velada dissimula sua potencialidade tóxica, na supervalorização do exterior, é o objetivo específico.

Dessa forma, com as cópias das bonecas procurei reproduzir em outro material uma imagem que representasse um padrão de beleza, comportamento, tipo de corpo e que também permitisse refletir sobre a maneira de montagem das bonecas, ou seja, sua reprodução.



OUR HISTORY

“ My whole philosophy of Barbie was that, through the doll, the little girl could be anything she wanted to be. Barbie always represented the fact that a woman has choices. ”

Ruth Handler
Barbie Creator



J. W. RYAN
DOLL CONSTRUCTION
Filed July 24, 1959



Fig. 2



Fig. 11
WHAT A
DOLL



Fig. 7



JOHN W. RYAN,
INVENTOR.
HERZIG & JESSUP,
ATTORNEYS.
BY *Albert M. Herzig*

Imagem 1: protótipo da primeira boneca Barbie.
Fonte: Mattel <<https://goo.gl/HFzp7G>>

***UM BREVE
PANORAMA
NA HISTÓRIA
DE CRIAÇÃO
DA BONECA
BARBIE À LUZ
DE BARBIE E
RUTH***

Nesse momento, proponho uma viagem à história repleta de glamour e fantasia da boneca Barbie. Como referência para narrar essa história utilizei o Livro Barbie e Ruth: a história da mulher que criou a boneca mais famosa do mundo e fundou a maior empresa de brinquedos do século XX (GERBER, 2009). O autor discorre sobre a trajetória da criadora da boneca Barbie, como uma mulher se consagrou em um ambiente predominantemente masculino das empresas, e conta a história de criação do brinquedo, assim como também levanta problemáticas diante da imagem da Barbie e sua mensagem oculta.



Desde sua criação mais de um bilhão de bonecas foram vendidas em cerca de 150 países, conquistando o título de boneca mais vendida do mundo, pode-se vincular seu êxito ao fato de ter acompanhado as mudanças de tendências de moda, beleza e comportamento.

Com a abertura do mercado global, as recentes discussões sobre diversidade e em meio aos novos gostos das crianças, a marca notou que era necessário também a criação de diversos artefatos midiáticos como: roupas, filmes, jogos, desenhos, utensílios em geral e representação de diferentes culturas na boneca.

Ainda assim, em meio ao debate atual sobre a pluralidade cultural e a inclusão social, o modelo da boneca segue com pequenas mudanças sobre a hegemonia estética vinculada a Barbie. A boneca na maioria de suas reproduções se apresenta branca, loira e magra mesmo diante deste novo contexto.

Criada a partir do modelo da boneca Lilli (ver imagem 2), em 1950, a Barbie foi projetada inspirada na imagem da personagem de quadrinhos adultos do jornal alemão Bild Zeitung (imagem 3). As histórias de Lilli possuíam conotação pornográfica, em que a protagonista se envolvia com homens ricos e poderosos em busca de dinheiro e fama. Inicialmente a boneca Lilli era comercializada em bares e tabacarias, destinadas a adultos.



Imagem 2: Boneca Lilli

Fonte: Blog Quase Loucas < <https://goo.gl/Dt4cGi>>

Impulsionada pelo interesse de sua filha – por bonecas com corpos de mulheres adultas – Ruth Handler uma das fundadoras da empresa Mattel iniciou a produção da boneca Barbie e cerca de três anos foram necessários para dar forma à boneca que viria a ser a mais vendida do mundo. Personalidades da época serviram de inspirações para seu visual, medidas de corpo e feições. No período de lançamento a boneca exibia maquiagem marcada, corpo curvilíneo, unhas grandes e pele branca, tal como as famosas da época.

Nascia então a boneca manequim que iria incentivar uma nova brincadeira, com objetivo de ser uma boneca adulta e não mais cuidar de uma boneca bebê. Em seu primeiro momento a boneca era indicada para adolescentes, uma medida de Marketing que a empresa encontrou para amenizar sua imagem sensualizada e despertar nas adolescentes o desejo de se portar como as celebridades. Seus primeiros exemplares eram produzidos em porcelana, corpo de tecido e suas vestimentas tinham a modelagem vigente da época.

Imagem 3: Jornal Alemão Bild Zeitung
 Fonte: My Barbie Doll < <https://goo.gl/9Agp3m>>

10 Pf
Bild
 ZEITUNG

Was meint Petrus?
 Immer das richtige! Deshalb kann man ihm auch schwerwidersprechend vergessen Sie nie: Das Wetter macht er, nicht etwa ich – oder die Wettergötter von SILD! Er selber aber ist immer im Bilde!

Briefe - Briefe

Nicht die längsten Briefe sind immer die besten. Ein Brief braucht nur ein Wort zu enthalten, um glücklich zu machen. Dieses Wort heißt: „morgen“ und ist die Antwort auf die Frage: „Wann sehen wir uns wieder?“ Stutzen! Und alle Tage!

Wenn . . .
 Wenn Sie einmal kein Glück haben sollten und im Foto falsch tippen, trösten Sie sich: Sie haben mich! (Sagt LILLI)

An Lilli

Da bist so kalt, berechnend, egoistisch, versippt, frivol und überaus kokett. Zum Träumen bist du viel zu realistisch, und trotzdem, Lilli, finde ich dich nett.

Da wechselst deine Freunde beinahe täglich, wer dir nichts schenkt, hat leider keine Chance. Du reist und kränkst die Männer unerträglich, doch tust du's immerhin mit „Eleganz“!

Da hast ein süßes Mädchen, süße Beine . . . und kennst genau den Wert des Sex-Appeal. Im Flirten, LILLI, bleibst du so wertvoll eine, und mancher Mann verspricht sich schon zuviel.

O LILLI, LILLI, böses Mädchen, Schlange! Als du erkrankst, war es um mich gestehen! Ich zahn' dich gründlich, und ich kenn' dich lange und freu' mich dennoch täglich, dich zu sehen.

Anzeige

Bleibe schlank!

Die beste Methode, schlank zu bleiben, kein Fett anzusetzen und keine Runzeln zu kriegen, ist meine! Ich, LILLI, bin aus Plastik. Dies allein verhilft ewige Schönheit und Jugend. Weisen Sie Nachahmungen zurück. Modelliert hat man mich in den Elstaplin-Figuren-Werkstätten, gekleidet werde ich in der „3 M“-Puppenfabrik und zu haben bin ich durch BL-Vertriebs-Gesellschaft mbH., Hamburg 1, Hermannstraße 16.

Lilli
Bild
 ZEITUNG

SONDERNUMMER

Nie allein

Seit heute, seit Sie mich haben, werden Sie nie allein sein – falls Sie mich nicht schlüderweise zu Hause lassen, wenn Sie auf Reisen gehen! Das wäre treulos und ein Grund zur Scheidung!

Achten Sie bitte auf meine Beine!

Sie werden wissen, daß andere Puppen die Beine kräftchen, wenn sie sich setzen. Das tue ich nicht, ich bin feiner und kann mit geschlossenen Beinen stehen und sitzen. Das ist nie sogar patentiert.

„Auf Sie habe ich schon lange gewartet“ sagt Lilli

Ich bin überzeugt, Sie werden mich auf Händen tragen. Ich selber werde immer die gleiche bleiben wie heute, am ersten Tag unserer hoffentlich ewig währenden Freundschaft!

Sie können mir den Kopf waschen

Mein Blondhaar verträgt es! Sie können es mit Wasser von oben bis unten abschießen. Ich bin wasserfest – und selbstverständlich druckfest. Nur essen können Sie mich nicht. Ich bin nicht aus Marzipan, sondern aus Plastik. Bild-neu und bild-echt und laßt sich gut an, wo ich finde!

Wenn Sie mich fragen . . .

„So was träumste ich mir als Kühltürfigur für den Kinderwagen“ – sagt SILD-Baby

Kuß- und feuerfest

Eins ist so wichtig wie's andere, ich bin beides. Auch wenn der ganze Schnee verbrennt! Nur eins dürfen Sie mir nicht antun: selber abgebrannt sein!

Mehr über mich auf der nächsten Seite.

Lançada oficialmente em 1959 (imagem 4), na Feira Anual de Brinquedos em Nova Iorque, Barbie possuía 30 cm de altura, poucos centímetros de cintura, braços articulados e cabelos de náilon, a mesma vestia maiô listrado e maquiagem bem marcada, era esse o padrão de beleza exaltado na época. Com isso a empresa procurava enaltecer os padrões das atrizes da época, chamando a boneca de “modelo da moda adolescente”.

A grande inovação publicitária da marca foi produzir algo além das bonecas, era estimulado também obter as roupas e acessórios da marca, sempre apresentando a moda. Logo, a Barbie ultrapassaria a imagem de objeto em si, foi construído ao seu redor um mundo cheio de imaginário, sonhos, fantasias, e com uma personalidade que acompanhava cada época em seus comportamentos e padrões, construindo uma identidade cultural a Barbie que estimulava os modos de ser e agir das meninas.

A boneca induz (até hoje) o incessante consumo de seus produtos, como, roupas e acessórios, promovendo o sentimento de só ser pertencente se estiver consumindo. Vejo como ponto positivo o fato da Boneca se apresentar em diversas profissões, mesmo as mais dominadas pelo sexo masculino, mas ainda sim, Barbie sempre é proposta em seu padrão de beleza. Nesse ponto, Gerber (2009) propõe que o slogan da boneca seria uma falsa independência feminina, “seja o que você quiser Barbie Girl!”, ou seja, incitando a uma enganosa liberdade de escolhas, tanto para empregos

(imagem 5), quanto para bens de consumo, todas podem ser o que quiser desde que sigam um corpo padronizado, um comportamento e consumam bens materiais.

Ao abordar padrões que não correspondem à realidade e não respeitam a maioria das subjetividades e culturas da maioria das garotas que consomem a marca, acredito que nesse aspecto se encontra também essa falsa liberdade feminina.

Embalados pelo fomentado discurso sobre pluralidade cultural e inclusão social, a publicidade da boneca viu um grande potencial de mercado em produzir bonecas de outras etnias e culturas, lançando a coleção “Barbies pelo Mundo” (imagem 6). Aspecto que mais reforça os estereótipos culturais, principalmente nas roupas e acessórios usados por diferentes nacionalidades. Apesar da inclusão de outras culturas e da diversidade cultural em suas bonecas, a empresa continua a promover uma hegemonização da beleza, pois em todas as culturas representadas a boneca continua magra, maquiada e na ponta dos pés.

Além do mais a Barbie nunca foi representada idosa, ou acima do peso, ou portadora de necessidades especiais e as diferenças éticas são sempre apresentadas em outras bonecas do Universo Barbie, que não a própria Barbie.

Em busca na internet por imagens de bonecas representadas por diferentes etnias me deparei com a boneca Fulla (imagem 7), criada em 2003 pela companhia NewBoy Design Studio com o intuito de suprir a não representatividade muçulmana nas bone-



Imagem 4: Primeira Barbie lançada no ano de 1959
Fonte: Revista Glamour < <https://goo.gl/tjcNnQ>>



Imagem 5: Profissões da Barbie

Fonte: Mattel < <https://goo.gl/z7q57X>>

Imagem 6: Barbies pelo Mundo

Fonte: Mundo.com < <https://goo.gl/Si3YJs>>



cas do universo Barbie. A boneca acompanha véu e um tapete para orações e segundo Hani Orfali, responsável da empresa fabricante, a mesma foi criada para “representar o mundo muçulmano com sua cultura, valores e esperanças” (ÉPOCA, 2010). Fulla foi muito bem recebida em alguns países do oriente médio. Mais um momento em que padrões de (bom) comportamento são pregados e vinculados a brinquedos para crianças.

Em síntese, Barbie representa um comportamento de uma cultura dominante. Cercada por um mundo de riquezas e aventuras que deveria englobar de maneira não estereotipada as diversidades étnicas e culturais de seus consumidores. Para Gerber (2009) em momentos a boneca ultrapassa sua função de mero brinquedo e cumpre papel de pedagogia cultural, cujo intuito é impor uma hegemonia de corpo e comportamento. Sua publicidade incita valores de consumismo e modelos inatingíveis, promovem a exaltação de padrões, um mundo glamoroso, fantasioso e um modelo de beleza magro e branco que são estimulados a todo tempo a serem seguidos.



Imagem 7: Boneca Fulla

Fonte: Blog Brasarabias < <https://goo.gl/B82Dwk>>





Tratar sobre o corpo da mulher e se posicionar diante do mito da beleza são tarefas difíceis. Em meus estudos para o presente trabalho questionei diversas vezes sobre como me expressar sem parecer apenas problemas pessoais, pois como mulher me encontro, por vezes, imersa no processo endógeno desse sistema que, como identificado anteriormente, se apresenta opressor. Entretanto, muitas vezes desejo estar nele, quando abro mão de prazeres para seguir padrões de beleza e principalmente de comportamento.

No livro “O Mito da Beleza” Naomi (1992) relata a questão do lugar da fala feminina, em que o mito se volta contra qualquer mulher que se opuser a ele, independente de sua aparência, ele fará com que o questionamento e o exame de aparência e consciência sejam um mero discorrimento sobre problemas pessoais.

A autora também provoca ao afirmar como a mídia trivializa a aparência feminina e obriga a identificação ou comparação entre outras mulheres, como no caso da pessoa pública ou das figuras públicas. Por vezes, preocupa-se com a sua aparência (cabelo, roupa, maquiagem) e, não necessariamente, com o seu discurso. Com essas observações Naomi (1992, p. 366) afirma que “o mito da beleza está operando com máxima eficiência”. Um exame minucioso sobre a aparência e comportamentos precisa ser feito.

Assim, me sinto livre e respaldada para tratar sobre o corpo feminino envolvido em uma sistemática que escraviza a visão das mulheres na busca incessante do mito da beleza.

MOMENTO DE FALA



O CORPO



Imagem 8: Norman Rockwell. *Garota no Espelho*, 1954. Óleo sobre tela. 80cm x 75cm. Norman Rockwell Museum, Stockbridge, MA.

A pintura (imagem 8) retrata uma garota sentada em um banco observando seu reflexo no espelho. Em seu colo encontra-se uma revista com a foto da atriz Jane Russell. A jovem olha seu reflexo com uma expressão de frustração e parece duvidar de sua beleza. Ao seu lado esquerdo há objetos que parecem maquiagens, ao lado do espelho está uma boneca jogada de cara ao chão.

A obra reflete sobre o relacionamento da garota com seu corpo e como essa relação se propõe na comparação do reflexo do espelho e a imagem de modelos fornecidas pela mídia em revistas, outdoors, televisão, entre outros. Por que desde novas meninas são programas para se compararem com figuras públicas? Ou com umas às outras?

QUANDO A ARTE FALA PELO CORPO

Para Andrade (2003) o conceito/imagem de corpo seria fruto do pensamento e da percepção formado a partir de uma idealização que carrega influências históricas, sociais e culturais, que se apresenta de diferentes formas de tempos em tempos e lugares diversos. Representações diversas de corpos são encontradas em diferentes âmbitos, como, por exemplo, na medicina, na biologia, na esfera econômica e social, na cultura, na arte, na mídia. Dentre as representações, existem alguns tipos de corpos que são considerados padrões, ou hegemônicos. Essas representações são consideradas por Andrade maneiras de apresentar significados na cultura, por meio da linguagem e afetariam diretamente as relações de poder de cada cultura ou sociedade. Em meio a essa relação de poder os grupos sociais são representados e significados. Por exemplo, o corpo feminino é representado por um padrão na mídia que é resultado das relações de poder de uma determinada sociedade. Ou cultura.

Visto essa definição de corpo que segue um padrão socialmente, culturalmente e historicamente construído, temos na arte a abordagem desse corpo de maneira crítica e contestadora por artistas. Afim, de contestar e negar essa consolidação de um corpo hegemônico que não respeita as particularidades de cada ente da sociedade e torna fator de exclusão e diferenciação social.

No livro *Corpo, Identidade e Erotismo*, Canton (2009) aborda temas que estão presentes no mundo contemporâneo e como são refletidos na arte atual, mais especificamente, se referindo ao corpo que assume papel simultâneo de sujeito e objeto de maneira a representar a crítica e a materialidade. Nessa direção, observa-se o corpo como a obra em si.

Os artistas atuais estão cada vez mais atentos às tensões relacionadas ao corpo, como as projeções e idealizações da sociedade de consumo se situam nele, onde esse corpo se

Imagem 9: Auto Retrato de Hannah Hoc 1930
Fonte: Site Mnemo cine < <https://goo.gl/Mee8DJ>>



Imagem 10: Hannah Höch. The Beautiful Girl, 1920.
Disponível em: < <https://goo.gl/ZyjdRg>>

perde diante de modelos especularizados e como o mesmo se mantém inseguro pressionado pela supervalorização da forma e do prazer.

Para Greiner (2005), o corpo artista é o corpo que caminha na contramão do panorama de idealização, sua potência está na maneira com qual o mesmo auxiliaria a humanidade a desvencilhar de certezas antigas, descrevendo o corpo artista como “desestabilizador de certezas que nos faz sentir vivos”.

Trago duas artistas mulheres que utilizam o corpo feminino para discursos políticos no espaço das artes visuais e questionamentos, cada uma a sua maneira, sobre os padrões de beleza impostos a cada época. A primeira é Hannah Hoch, artista alemã, percursora da fotocoloragem e representante do movimento Dadaísta. Suas obras tratavam da representação feminina na cultura, a posição social da mulher, crítica a forma com que a imagem feminina era utilizada pela publicidade, questiona padrões de beleza que surgiam nas publicidades e o corpo comercial, à venda.

Em suas fotocoloragens, a artista buscava uma nova visão para o corpo da mulher, negando o padrão de beleza e a dominação visual sob o corpo feminino. Procurou representar uma mulher livre de suas escolhas e sentimentos.

A segunda artista é Hannah Wilke, dentre inúmeros trabalhos com fotografias, performances e bodyarts, sempre questionando e negando padrões de beleza e promovendo a libertação do corpo das mulheres, destaco seu último trabalho, o “Intra-Venus Série”, em que a artista faz auto-retratos do período em que estava em tratamento de câncer, revelando a deterioração de seu corpo para questionar o efeito das medicações em seu organismo, como o mesmo se transforma e a relação entre os tratamentos médicos disponíveis para as mulheres e a imposição do padrão de beleza.

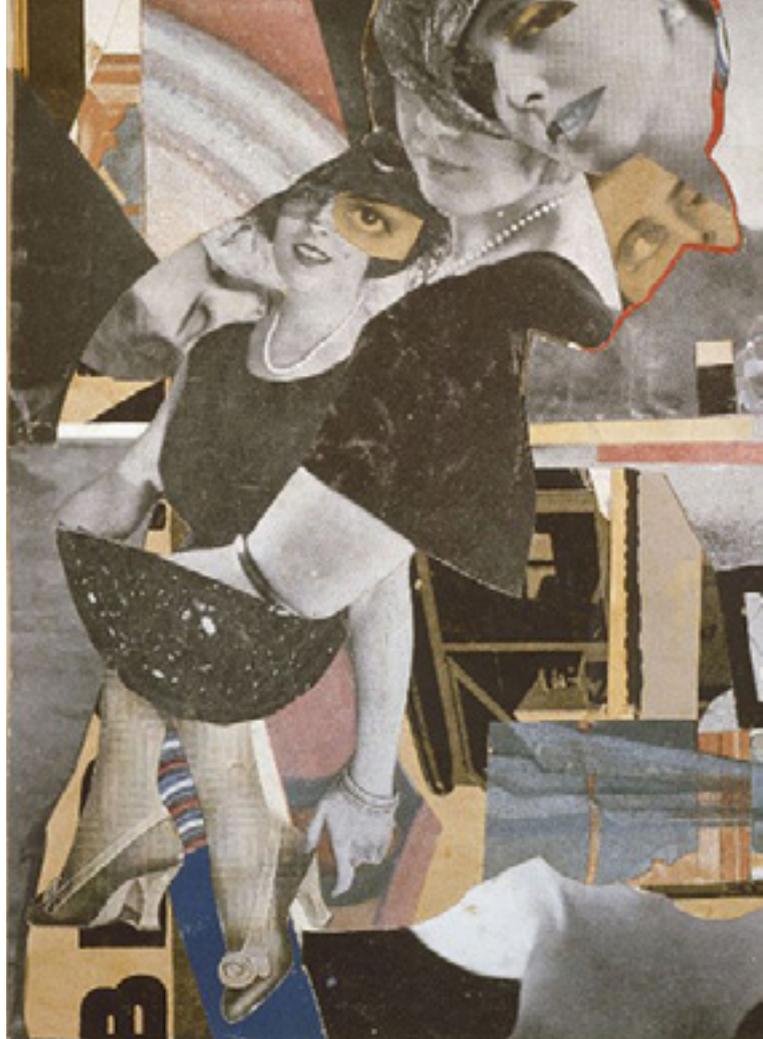


Imagem 11: Hannah Höch. Da-Dandy, 1919.
Disponível em: < <https://goo.gl/ZyjdRg> >

Wilke utiliza seu corpo para buscar um diálogo com a sociedade, apresentando uma mulher que se aceita, mesmo diante a grandes mudanças e deteriorações físicas e psicológicas geradas por um tratamento médico, uma mulher que nega os estereótipos e se empodera.

Observa-se que artistas buscam abordar o corpo de maneira subjetiva e crítica. Questionando a inserção feminina no âmbito social, sua autonomia e o controle sobre seu próprio corpo. Além, apresentarem a negação de padrões estéticos, de comportamento e de consumo.

Imagem 12: Hannah Wilke. Série Intra Venus.
Disponível em: <<https://goo.gl/tkLRm5>>



Minhas primeiras indagações sobre o mito da beleza foram em momentos em que me percebi totalmente incomodada com olhares, julgamentos e obcecada por questões estéticas sobre meu corpo.

Em minhas primeiras análises me percebi totalmente insatisfeita com meu físico e intelecto. Logo, julgamentos que se baseavam apenas em minha autoimagem começaram a se estampar diante do que eu pensava e comentava das outras pessoas. Uma mistura de sentimentos de se sentir fútil pelos meus julgamentos e ao mesmo tempo querer a todo custo me encaixar em padrões estéticos.

meu cabelo de loiro, a obsessão por objetos, acessórios e vestuários cor de rosa.

Os sentimentos mistos começaram a me tomar desde então. Mas ao mesmo tempo sempre procurava possíveis tratamentos estéticos para o que me incomodava no meu físico. Me culpava por me importar com padrões, culpava os outros por achar que eles me cobravam estar nele, não me satisfazia com nenhum lado nem o da negação e nem o de estar buscando a aceitação estética.

Melhorei em relação a alguns pensamentos e me propus fazer alguma obra ou desabafo estético (que eu defino como um desenho ou um poema ou frases soltas em meu diário

O CAMINHO ATÉ O RESULTADO (QUASE FINAL)

Em conversas de bar com uma amiga do curso de Comunicação que fazia trabalhos relacionando ao padrão de beleza, obesidade e exclusão social, me notei mais aberta ao estudo sobre essas questões que logo começaram a refletir nos trabalhos práticos acadêmicos.

Sempre tive apreço por bonecas Barbies, guardo duas que me marcaram na época da infância (imagem 13). Olhando a cada dia para minha estante comecei então a questionar minhas amadas bonecas. Imagens da infância me voltaram a cabeça, o modo como eu procurava me vestir, os sapatos de salto que usava escondido da minha mãe, as tentativas de quando pequena de pintar

e etc.) que questionasse minha ação toda vez que surgisse a ideia de fazer alguma intervenção corporal que me prejudicasse de qualquer maneira seja psicologicamente, seja por dor física ou emocional. A todo o momento que um pensamento de incomodo me atingia, fazia algo relacionado a minha presente pesquisa, seja reproduzir mais uma vez uma peça, ou escrever algo em meu diário.

Questionamentos estéticos e sobre a figura e identidade feminina começam a perpetuar em minha produção. Minha primeira obra com apropriação da boneca Barbie foi em escultura 1 (imagem 14).

Foi então que li a primeira vez partes do livro





Imagem 13: Bianca Alves. *Sem título*. 2018. Fotografia. Brasília.

O Mito da Beleza de Naomi Wolf, presente nas referências desse trabalho, o texto me deixava confusa e ainda não me convencia de como poderia falar e questionar um padrão de comportamento e beleza do qual eu estava incessantemente buscando, me martirizando e julgando todos a minha volta. O livro realmente marcou minha vida, minha produção e minha visão. Fez-me compreender pouco a pouco que o mito poderia ser um grande responsável pelo incômodo pessoal de cada um e que o mesmo estaria gerando, creio que não só em minha pessoa, uma ansiedade relacionada ao corpo e a padrões. Além, de causar uma dominação sobre o corpo e a identidade feminina, gerado a partir de um mal-estar, marcado cada vez mais por transtornos relacionados à aparência como: distúrbios alimentares, abuso de substâncias para modificar o corpo, anabolizantes, óleos, hidrogel e etc.

Um segundo momento em minhas apropria-

ções do padrão carregado pela boneca Barbie foi durante as matérias de Ateliê (imagem 15). O comum entre cada momento de criação foi a fragmentação ou o desmonte da boneca e o material que utilizei em suas reproduções sempre foi resina ou cera.

Nos primeiros momentos utilizava a transparência da resina para evidenciar objetos dentro da peça, como pequenas esferas de plásticos ou pó de camurça. No presente trabalho (imagens 16 e 17) optei por evidenciar a transparência, o efeito da luz sob a peça translúcida, sem muitas interferências internas. Procurei um objeto totalmente transparente e com ausência de interior, tratar o corpo como algo sem interior, um objeto atravessado pelo olhar e a luz. As marcas e ranhuras existem para abordar as marcas do corpo. O gosto pela transparência das peças vem pelo meu desejo de ser transparente ou às vezes de está invisível em determinadas situações.

Pendurados como produtos e cada um carregando um código de barras, exponho o corpo como mercadoria, um padrão comprável. Vendido a qualquer custo e sem se ocupar com as marcas deixadas na pele, na vida e no psicológico de cada um que queira seguir esse padrão.

A cabeça foi desprezada nas cópias (novamente), não a motivos para pensamentos serem levados em considerações, apenas pedaços de corpos pendurados e transparentes. Se percebe através deles, o fundo, a luz.

Aproprio-me também da definição de Andrade (2003) sobre corpo (relatado no capítulo "Corpo" do presente trabalho) em que o corpo é formado por influências históricas, sociais e culturais. Como fragmentos de um ser social de partes construídas a partir de experiências e vivências. E de como a autora aborda um corpo transformado pela publicidade e pela mídia como um mero objeto do mercado econômico, social e cultural. O mesmo (corpo) no mercado de consumo



Imagem 14: Bianca Alves. *Sem título*. 2014.
Modelagem em resina acrílica, cera e esferas de plástico. Brasília.



Imagem 15: Bianca Alves. *Sem título*. 2017.
Modelagem em resina acrílica. Brasília.

é incessantemente criado e recriado em um discurso publicitário, obtendo sua materialidade e em contrapartida se tornando um produto que potencializa ainda mais as divisões sociais.

Perante todo o exposto, a pesquisa e produção me enriqueceu na maneira com que encaro minha realidade e como devo compreender a realidade do próximo. Respeitar os meus limites tanto de aceitação pessoal e dos que me cercam. Não deixar com que os padrões me definam ou me façam definir o que o outro seria, pois da mesma forma que é incomodo o julgamento que sofro é incomodo basear-se em julgamentos externos para me relacionar as outras pessoas.

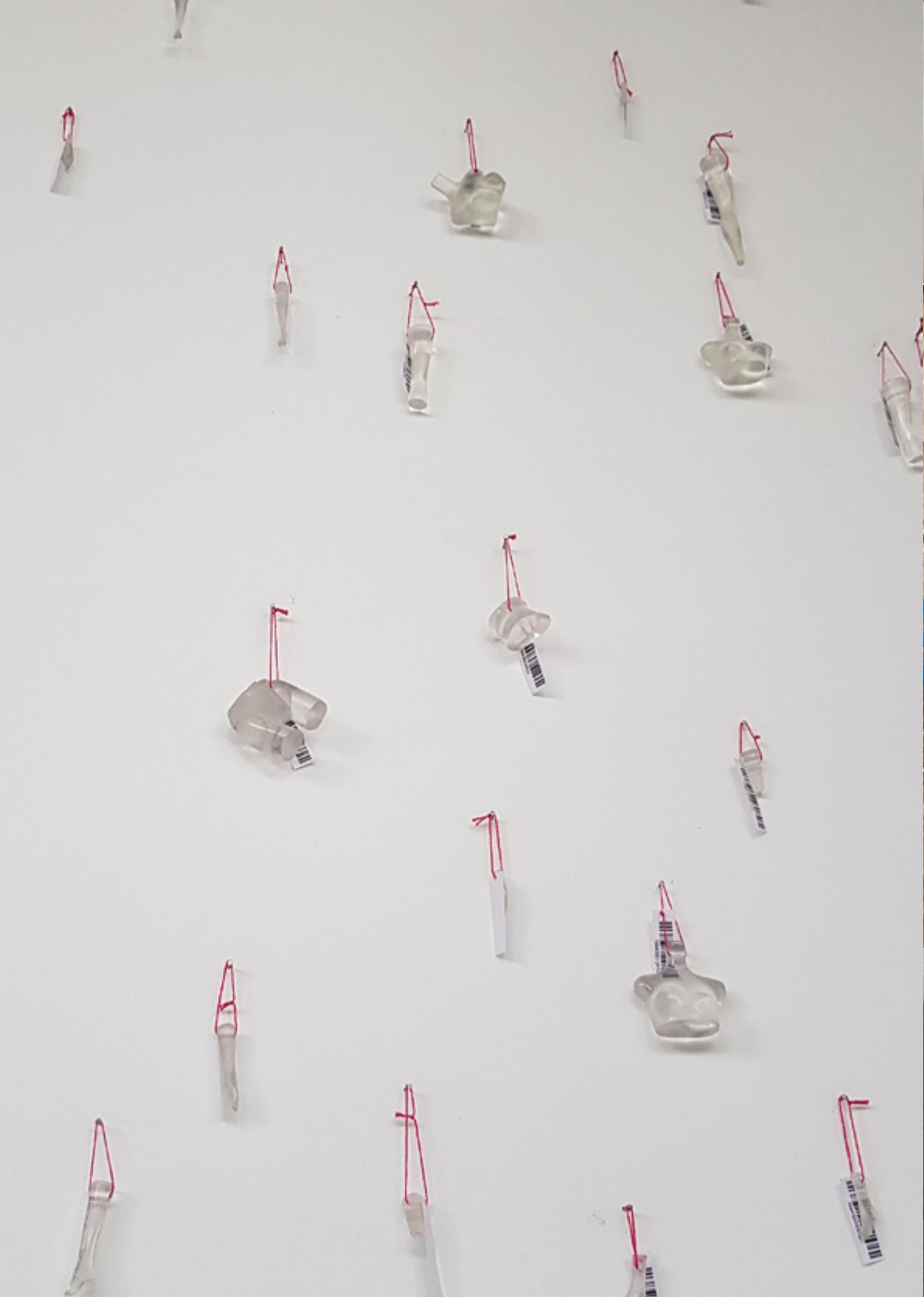
Espero com minha instalação ter proporcionado pelo menos um momento de reflexão crítica em algum visitante sobre os corpos expostos. Um momento de alguma contestação sobre o mito da beleza.

Imagem 16: Bianca Alves. *Sem título*. 2018. Instalação com peças modeladas em resina acrílica. Brasília.

Na página seguinte:

Imagem 17: Bianca Alves. *Sem título*. 2018. Instalação com peças modeladas em resina acrílica. Brasília.







AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente a minha família, e em especial minha mãe. Não posso esquecer é claro de agradecer meu pai que fragmentou 5 bonecas Barbies, sem dó e nem piedade. Ao meu Xuxu por me ajudar nas correções, na escolha das peças e nos choros, ou seja, na maioria parte das etapas.

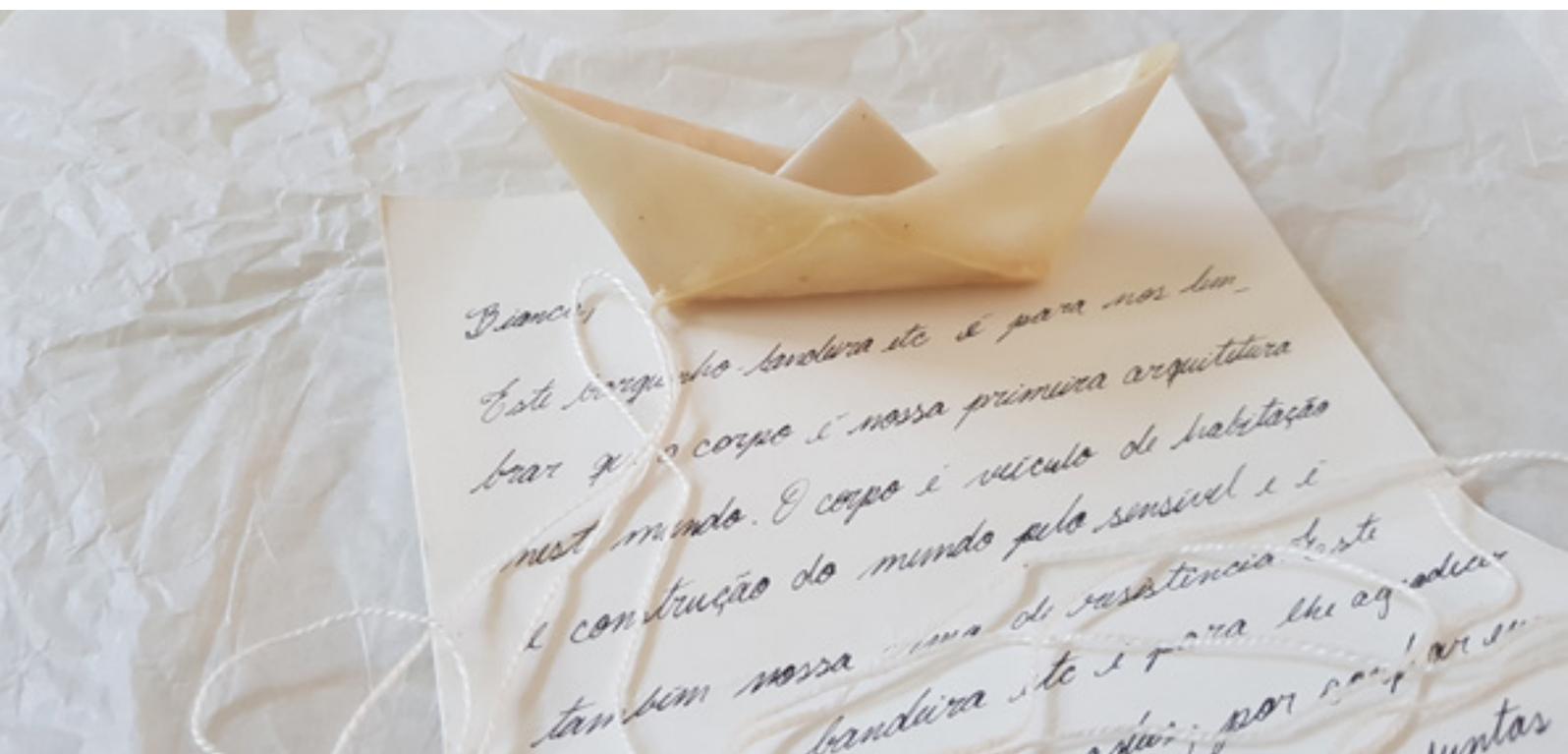
Obrigada a todos os meus amigos que me ajudaram a lixar as 95 peças de partes de Barbies de resina acrílica ou aqueles que ficavam ouvindo meus questionamentos ou aqueles que fizeram os dois (Wesley e Daniel). As novas amizades que conquistei esse semestre e que não pretendo larga ou

deixar em paz, em especial Cecília e Raissa, que me ajudaram nos mínimos detalhes de cada etapa do trabalho (até a cor da linha que pendurei as peças).

Obrigada professora Luisa que me orientou, desorientou e depois me orientou de novo! Uma pessoa incrível!

E professora Capi, por me ajudar na graduação, nos momentos difíceis que passei, sempre esteve disposta a ajudar, entender a situação, me dar um puxão de orelha e solucionar a situação.

Obrigada também a Deus por não me deixar desistir.



ANDRADE, Sandra dos Santos. **Saúde e beleza do corpo feminino: algumas representações no Brasil do século XX.** Movimento, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 119-143, jan./abr. 2003.

ALTMANN, H. **Barbie e sua história: gênero, infância e consumo.** Disponível em: <<https://goo.gl/caiUf4>>. Acesso em: 25 nov. 2017.

CANTON, K. **Corpo, identidade e erotismo.** São Paulo. Editora WMF Martins Fontes, 2009.

ÉPOCA E NEGÓCIOS. **Meninas egípcias preferem Barbie e deixam de comprar boneca islâmica com véu.** Revista Online. Disponível em: <<https://goo.gl/QSPCgbl>> Acesso em 15/10/2018.

GERBER, R. **Barbie e Ruth: a história da mulher que criou a boneca mais famosa do mundo e fundou a maior empresa de brinquedos do século XX.** São Paulo, Ediouro, 2009.

TONELI, M. J. **Corpo e sentidos na sociedade contemporânea.** ERA – Revista de administração de empresas. V.45, N.2. Abr/Jun de 2005.

REFE RÊNCIAS

