



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA "MINISTRO RALPH BIASI"
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM TÊXTIL E MODA**

HELLEN CHRISTINI DANIEL

**DESCONSTRUINDO NORMAS E CONSTRUINDO IDENTIDADES:
A MODA COMO "CRIADORA" DO MONSTRO DE FRANKENSTEIN**

AMERICANA, SP

2023

HELLEN CHRISTINI DANIEL

**DESCONSTRUINDO NORMAS E CONSTRUINDO IDENTIDADES:
A MODA COMO "CRIADORA" DO MONSTRO DE FRANKENSTEIN**

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.

Área de concentração: Comportamento de moda

Orientador: Prof. Ms. Daniella Romanato

AMERICANA, SP

2023

FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana
Ministro Ralph Biasi- CEETEPS Dados Internacionais de
Catalogação-na-fonte

DANIEL, Hellen Christini

Desconstruindo normas e construindo identidades: a moda como "criadora" do monstro de Frankenstein. / Hellen Christini Daniel – Americana, 2023.

54f.

Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda)
- - Faculdade de Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi –
Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

Orientador: Prof. Ms. Daniella Romanato

1. Arte - estética 2. Comportamento do consumidor 3. Moda.
I. DANIEL, Hellen Christini II. ROMANATO, Daniella III. Centro
Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de
Tecnologia de Americana Ministro Ralph Biasi

CDU: 7.01
658.89
687016

Elaborada pelo autor por meio de sistema automático gerador de
ficha catalográfica da Fatec de Americana Ministro Ralph Biasi.

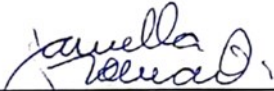
HELLEN CHRISTINI DANIEL

**DESCONSTRUINDO NORMAS E CONSTRUINDO IDENTIDADES:
A MODA COMO "CRIADORA" DO MONSTRO DE FRANKENSTEIN**

Trabalho de graduação apresentado
como exigência parcial para obtenção
do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda
em 2023 pelo CEETEPS/Faculdade de
Tecnologia – FATEC/ Americana.

Data de aprovação: 01/12/2023

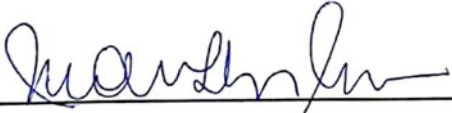
Banca Examinadora:



Daniella Romanato (Presidente)

Mestre

Faculdade de Tecnologia de Americana, SP



Maria Alice Ximenes Cruz (Membro)

Doutora

Faculdade de Tecnologia de Americana, SP



Edison Valentim Monteiro (Membro)

Mestre

Faculdade de Tecnologia de Americana, SP

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à literatura, minha fiel companheira desde a infância, que desperta minha imaginação. Aos autores cujas palavras coagulam meu sangue e aceleram meu coração, em especial Mary Shelley, que deu vida a Frankenstein. Esta dedicação é um tributo à moda que molda nossas emoções. Que este trabalho honre a magia que permeia as páginas e inspire a jornada intelectual.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar profundos agradecimentos ao meu fiel companheiro de todas as horas, meu querido cachorro Toby, por estar ao meu lado durante toda a jornada.

À minha família e amigos, que foram meu pilar nos momentos de desespero, em especial à minha avó, desejando-lhe uma rápida recuperação, pois suas orações foram luz nos momentos difíceis.

Aos meus professores, agradeço pelo constante incentivo ao longo dessa trajetória acadêmica. E, em especial, à minha orientadora Daniella, cuja orientação não apenas moldou meu trabalho, mas também salvou minha alma nesse desafiador projeto final.

A todos, meu sincero agradecimento por fazerem parte dessa conquista.

RESUMO

Este trabalho de conclusão do curso de têxtil e moda, visa traçar um paralelo entre a obra literária "Frankenstein" (1818), escrita por Mary Shelley (1797-1851) com as construções que a moda possibilita e, que da mesma forma que o monstro, causam estranhezas. A estranheza e o grotesco sempre trouxeram um papel político fundamental na moda, promovendo transformações sociais ao construir identidades, proporcionando a capacidade inventiva do ser humano. A moda, como uma ferramenta poderosa na construção de novas estéticas peculiares, acompanhada do processo mutável da construção social do belo, pode ser compreendida metaforicamente como "criadora" do monstro de Frankenstein de várias maneiras. Da mesma forma que a criatura de Frankenstein desafia as normas protegidas e provoca uma reação de estranheza na sociedade, a moda apresenta o mesmo dilema quando desafia as convenções estéticas e promove, em diversos momentos, a estranheza como uma expressão de resistência, revolta, rebelião ou até mesmo escapismo. Através dessa moda, nascem os movimentos de contracultura ao buscarem, assim como o monstro, expressar suas individualidades de forma visualmente impactantes, para a própria construção de identidade num contexto de marginalização social. Portanto, será explorada como a moda pode ser uma "criatura" em constante transformação, capaz de criar uma identidade que reflete a complexidade da sociedade contemporânea.

Palavras-chaves: Comportamento de moda; Construção identitária; Marginalização social.

ABSTRACT

This work for the conclusion of the textile and fashion course aims to draw a parallel between the literary work "Frankenstein" (1818), written by Mary Shelley (1797-1851) with the constructions that fashion makes possible and, in the same way as the monster, cause strangeness. Strangeness and the grotesque have always played a fundamental political role in fashion, promoting social transformations by building identities, providing the inventive capacity of human beings. Fashion, as a powerful tool in the construction of new peculiar aesthetics, accompanied by the changing process of the social construction of beauty, can be understood metaphorically as the "creator" of Frankenstein's monster in several ways. In the same way that Frankenstein's creature defies protected norms and provokes a reaction of strangeness in society, fashion presents the same dilemma when it challenges aesthetic conventions and promotes, at different times, strangeness as an expression of resistance, revolt, rebellion. or even escapism. Through this fashion, counterculture movements are born as they seek, like the monster, to express their individualities in a visually impactful way, for the construction of identity in a context of social marginalization. Therefore, it will be explored how fashion can be a "creature" in constant transformation, capable of creating an identity that reflects the complexity of contemporary society.

Keywords: Fashion behavior; Identity construction; Social marginalization.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Afresco “Juízo final” (1306) pintado por Giotto na Capela Scrovegni em Pádua.....	14
Figura 2 – “Nascimento da Vênus” e “Hércules jogando Lycas no mar”	14
Figura 3 – “Saturno devorando seu filho” de Goya e “A condessa Haussonville” (1845) de Ingres	15
Figura 4 – “Tortura-Morte” (1959) de Duchamp, “Construção mole com feijões cozidos” (1936) de Dalí e “Mulher de camisa” (1913) de Picasso	16
Figura 5 – “A fonte” (1917) de Duchamp.....	17
Figura 6 – Frankenstein e Victor em cena do filme de 1931	19
Figura 7 – Afresco do Inferno, c. 1410, Giovanni da Moderna	21
Figura 8 – Um homem vestido punk é aparentemente repreendido por um homem em Londres em meados da década de 1980	23
Figura 9 – Representação das cenas da obra.....	25
Figura 10 – Cena do filme “A noiva de Frankenstein” (1935) e um grupo de punks ..	27
Figura 11 – A saia ao longo da história.....	29
Figura 12 – Mulheres de calça	30
Figura 13 – Mulher oferecendo uma flor diante de uma tropa militar, a publicidade do perfume “Opium” de YSL em 1977 e o psicodelismo das estampas de Pucci (1964)	31
Figura 14 – Membros da banda <i>Sex Pistols</i> usando peças feitas por Vivienne Westwood.....	32
Figura 15 – Campanhas da marca Benetton.....	33
Figura 16 – Looks do desfile “ <i>Body meets dress</i> ” e o Quasimodo do filme de 1939..	34
Figura 17 – Chapéu sapato de Schiaparelli (1936), Björk com o “vestido cisne” e Velvet D'Amour para a coleção de Gaultier (2006)	35
Figura 18 – A <i>influencer</i> GKay com a bota “transformer” e a polêmica bolsa saco de lixo da Balenciaga	35
Figura 19 – Modificações corporais por uso de peças de moda ao longo da história	36
Figura 20 – “A velha vedete” (1630) de Bernardo Strozzi e viralização do filtro de envelhecimento do TikTok que está assustando toda uma geração.....	37

Figura 21 – Frida Kahlo comercializada na estética de sobancelha e harmonização facial, e Filtro polêmico do TikTok cria rosto 'perfeito' sem precisar de cirurgia	38
Figura 22 – Ken humano e Kenova, a garota no invólucro cor de rosa, simulando Barbie	39
Figura 23 – Artíficos Estéticos: Base que se adapta a pele do usuário; tratamento à laser; lente de contato dentária; foto tratada em Photoshop; espelho virtual e realidade virtual.....	40
Figura 24 – Customização no Cyberpunk 2077 e Alita com corpo ciborgue	41
Figura 25 – Gucci (2018), McQueen (1999) e androgenia da geração Z	43
Figura 26 – Aimee Mullins nas olimpíadas, no desfile de 1999 e no filme “Cremaster 3” (2002).....	43
Figura 27 – Aimee Mullins nas olimpíadas, no desfile de 1999 e no filme “Cremaster 3” (2002).....	44
Figura 28 – Projeto “Corpo Espetáculo” (2021), Linn da Quebrada, Hunter Schafer na série “Euphoria” (2019) e atriz Laverne Cox.....	45

SUMÁRIO

1	Introdução	11
2	O belo e o feio	13
2.1	O monstro de Frankenstein	18
2.1.1	A moda como fator analítico do monstro	22
3	Os dilemas da moda	26
3.1	A moda como forma de expressão	26
3.2	Formação de identidade de moda	27
3.2.1	Desconstruindo padrões e gerando estranhezas	28
3.2.1.1	Os designers de moda como criadores de “monstros”	30
4	A construção de novas estéticas peculiares na moda	36
4.1	Autocriação	37
4.2	Os novos Doutores Frankenstein	39
5	Conclusão	47
	Referências	48

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa traçar um paralelo entre a obra literária "Frankenstein" (1818), escrita por Mary Shelley (1797-1851) com as construções que a moda possibilita e, que da mesma forma que o monstro, causam estranhezas.

A estranheza e o grotesco sempre trouxeram um papel político fundamental na moda, promovendo transformações sociais ao construir identidades.

Desta forma, surge o questionamento de que forma a moda pode ser compreendida, a partir da construção social do belo, como um processo de criação semelhante ao de Frankenstein, desafiando normas estéticas, confrontando a marginalização social e permitindo a expressão da inventividade na construção de uma identidade singular?

A moda, como uma ferramenta poderosa na construção de novas estéticas peculiares, acompanhada do processo mutável da construção social do belo, pode ser compreendida metaforicamente como "criadora" do monstro de Frankenstein de várias maneiras. Da mesma forma que a criatura de Frankenstein desafia as normas protegidas e provoca uma reação de estranheza na sociedade, a moda apresenta o mesmo dilema quando desafia as convenções estéticas e promove, em diversos momentos, a estranheza como uma expressão de resistência, revolta, rebelião ou até mesmo escapismo. No espaço de desconstrução de padrões opressivos e promoção de uma visão mais ampla e diversa do que é considerado bonito, que surge a construção identitária, proporcionando a capacidade inventiva do ser humano. Através dessa moda, nascem os movimentos de contracultura ao buscarem, assim como o monstro, expressar suas individualidades de forma visualmente impactantes, para a própria construção de identidade num contexto de marginalização social.

A pesquisa se justifica devido ao papel significativo que a moda desempenha na sociedade contemporânea, influenciando não apenas a forma como as pessoas se vestem, mas também como uma forma de expressão artística e cultural representando beleza, identidade e pertencimento social. No entanto, com a rápida disseminação de tendências e a busca constante por originalidade, surgem questionamentos sobre os limites estéticos e as categorizações do que é considerado agradável e bonito, ignorando o fator essencial da estranheza estética na moda, que utiliza do grotesco e absurdo para gerar os próprios questionamentos da construção de uma sociedade.

Muito semelhante ao que Humberto Eco aborda em seus livros, que além de refletir a beleza como um conceito relativo, moldado por fatores históricos, culturais e sociais, também enfatiza a importância de entender a diversidade de percepções estéticas e questiona a busca por uma definição fixa e universal de beleza.

Nesse contexto, é relevante investigar como a moda contemporânea pode, imprescindivelmente, criar um “monstro de Frankenstein” ao promover uma relação conceitual entre estranheza, marginalização social e a capacidade inventiva do ser humano ao construir uma identidade na sociedade. Portanto, será explorada como a moda pode ser uma “criatura” em constante transformação, capaz de criar uma identidade que reflete a complexidade da sociedade contemporânea.

Para compreender todo este enredo, a pesquisa deverá estudar o belo, o feio e o senso estético através da história da arte, investigar como essa estranheza pode questionar os conceitos tradicionais de beleza e redefinir os limites da expressão artística por meio da moda, compreender a história do monstro de Frankenstein, traçar um paralelo entre a moda como fator analítico do monstro, discutir os dilemas da moda que geram estranheza ao longo da história, analisar a moda como forma de expressão, através dos movimentos de contracultura, observar como se dá a formação ou construção de identidade de moda, demonstrar como se dão as desconstruções de padrões que geram estranhezas, destacar os designers de moda como criadores de “monstros” ao buscarem criar formas de expressão por meio da capacidade de moldar e transformar o corpo humano através de suas criações, de chocar, romper com a tradição e chamar a atenção do público, discutir a construção de novas estéticas peculiares na moda e como se dão os processos de autocriação, levantar quem são os novos Doutores Frankenstein.

O presente trabalho de conclusão de curso consistirá em uma pesquisa básica, qualitativa e exploratória, utilizando procedimentos técnicos de pesquisa bibliográfica em diversas fontes, como livros, sites e artigos científicos especializados na área em questão.

2 O BELO E O FEIO

Diversa será a solução proposta por Heráclito: se no universo existem opostos, realidades que parecem não se conciliar, como a unidade e a multiplicidade, o amor e o ódio, a paz e a guerra, a calma e o movimento, a harmonia entre tais opostos não se realizará anulando-se um deles, mas justamente permitindo que vivam em contínua tensão. A harmonia não é a ausência, mas equilíbrio de contrastes. (Eco, 2004, p. 72)

A história da arte é um reflexo da evolução das concepções humanas de beleza e feiura ao longo do tempo. Desde as pinturas rupestres até as obras contemporâneas, a percepção estética variou consideravelmente, moldada por fatores culturais, históricos e sociais. A definição do que é considerado belo ou feio tem sido alvo de interpretações complexas e em constante transformação.

“O primeiro a argumentar sobre o significado de belo foi Platão e, conforme a sua ideia, belo é tudo aquilo que é reconhecido como o bom, verdadeiro e perfeito” (Sousa, 2019, p. 4). Desta forma, o conceito de beleza está intrinsecamente ligado ao senso estético de cada indivíduo e à sua percepção de harmonia, proporção e equilíbrio.

Através dos tempos, diferentes culturas e movimentos artísticos têm apresentado suas próprias definições de beleza e feiura. Da simetria idealizada do Renascimento à busca pela expressão individual do Romantismo, a beleza se manifesta de maneira multifacetada; já a virada do século XIX para o XX trouxe a exploração da feiura, do grotesco e do estranho na arte, marcado por mudanças profundas na sociedade, como industrialização, urbanização e conflitos mundiais.

Esta dualidade entre beleza e feiura pode ser percebida, por exemplo, nas igrejas medievais, que em tempos de uma população quase inteiramente analfabeta, em verdadeiros “livros de pedra” que por meio de esculturas, afrescos e vitrais, por um lado, narravam histórias bíblicas e celestiais (detalhes a e b da Figura 1), ilustrando como a beleza servia para elevar as almas dos fiéis e criar um senso de conexão com o divino; por outro lado, forneciam cenas impactantes, cuja “leitura” era moldada pelo temor do juízo de Deus. Domingues (2015) descreve que “a vida do homem medieval e seu código moral eram pautados pela Morte, o Juízo Final e, do resultado deste, a salvação no Paraíso ou a condenação eterna no Inferno” (detalhe c da Figura 1).

Figura 1 – Afresco “Juízo final” (1306) pintado por Giotto na Capela Scrovegni em Pádua



Fonte: PINTEREST, 2023.

Em outro exemplo, a mitologia grega foi inspiração para muitos artistas, retratando seus personagens ora com delicadeza, como na pintura “Nascimento da Vênus” (1484) de Sandro Botticelli, ora com brutalidade, como na pintura “Hércules jogando Lycas no mar” (1707) de Michel-Ange Houasse.

Figura 2 – “Nascimento da Vênus” e “Hércules jogando Lycas no mar”



Fonte: ECO, 2004, p. 91; UTPICTURA 18, s/d.

O século XIX, marcado por mudanças profundas na sociedade, como industrialização, urbanização e conflitos, resultou na exploração da feiura, do grotesco e do estranho na arte. Esse movimento representou uma rejeição dos padrões estéticos convencionais, explorando a complexidade e a sombra da experiência humana, que até então eram baseadas em critérios mais tradicionais e ideais de harmonia (Figura 3b). O papel do pintor espanhol Francisco de Goya, cujas pinturas sombrias e perturbadoras, como "Saturno devorando seu filho" (1818-1823) (Figura 3a), capturaram a complexidade da experiência humana e exploraram os aspectos sombrios da psique.

A Arte não produz somente o Belo, mas também o Feio, o Horrível e o Monstruoso. Existem obras-primas que representam assuntos horríveis, máscaras terrificantes, pesadelos que enlouquecem. Será que é o mesmo o prazer que sentimos diante de Goya e Ingres, ante os fetiches congolezes e os torsos gregos do período clássico, ante o Partenon e os templos hindus? Será que são os mesmos, por um lado, o prazer do Trágico e do Sublime, misturados de sentimentos desagradáveis, e, por outro, o prazer sereno e harmonioso que nos causa o Belo puro? E sobretudo, com que direito tomamos nós, como unidade de medida em nossas apreciações da Arte universal, aquilo que nós, europeus ocidentais do século XX, consideramos como Belo?" (Suassuna, 2011, p. 23 apud Suarez; Nunes, 2021, p. 68)

Figura 3 – "Saturno devorando seu filho" de Goya e "A condessa Haussonville" (1845) de Ingres



Fonte: SUA PESQUISA, s/d; ECO, 2004, p. 309.

De acordo com Suarez e Nunes (2021, p. 68) pode-se compreender que “a relação entre a produção imagética revelada pela Arte, depende da sua intenção. Bela ou feia, horrível ou monstruosa, tem seu valor estético, dependendo do produtor e/ou espectador que a produz e a contempla, pelos seus valores subjetivos”.

Gombrich (1999 apud Suarez; Nunes, 2021, p.68) explica que uma imagem pode ser vista como uma mensagem visual, uma vez que é composta por vários elementos simbólicos, tornando-se uma linguagem que serve como meio de expressão e comunicação para cada observador.

As vanguardas do século XX, desafiaram as convenções estéticas e sociais por meio da provocação. O dadaísmo (Fig. 4a), por exemplo, expressou um espírito irreverente, questionando a lógica e a sanidade da sociedade pós Primeira Guerra Mundial. O surrealismo (Fig. 4b) por sua vez, mergulhou no inconsciente, explorando os sonhos e os impulsos mais profundos da mente humana. O cubismo de Picasso (Fig. 4c) e Braque fragmentou a realidade em formas geométricas. Esses movimentos refletem as rupturas sociais, políticas e tecnológicas da época. A busca por beleza evoluiu de representações idealizadas para a exploração da complexidade, da contradição e da subjetividade humana. Assim, a feiura e a provocação se tornaram ferramentas artísticas para explorar o desconhecido e questionar as normas estabelecidas, contribuindo para a rica tapeçaria da história da beleza.

Adorno recorda, em sua Teoria estética, que correntes como o Surrealismo e o Expressionismo “cujas irracionalidades transformaram-se em surpresas desagradáveis, atacavam o poder, a autoridade, o obscurantismo”, que a recusa das “normas da vida bela na sociedade feia” não pode deixar de ser inexoravelmente desfigurada pelo ressentimento e que a arte deve “fazer exatamente aquilo que é banido como feio, não para integrá-lo, para mitigá-lo ou para tornar sua existência aceitável recorrendo ao humorismo(...),mas para denunciar, no feio, o mundo que o cria e o reproduz segundo a própria imagem(...)”. Hoje, todos (inclusive os burgueses que deveriam ficar escandalizados) reconhecem como “belíssimas” (artisticamente) aquelas obras que horrorizam seus pais. O feio da vanguarda foi aceito como modelo de beleza e deu origem a um novo circuito comercial. (Eco, 2007, p. 379)

Figura 4 – "Tortura-Morte" (1959) de Duchamp, "Construção mole com feijões cozidos" (1936) de Dalí e "Mulher de camisa" (1913) de Picasso



Fonte: ECO, 2007, p. 374, 381 e 364.

Marcel Duchamp (1887-1968), um dos principais percursores do Dadaísmo, segundo Adverse (2021, p. 23), acreditava que “a desconstrução da arte era um tipo de gesto crítico, uma postura estritamente necessária para deslocá-la do domínio do hábito, do costume e da repetição”, em que afirmava que: “a arte é uma droga que cria o costume”.

A arte deveria incentivar uma exploração visual das palavras, em que cada tentativa de interpretação levasse a uma constante desconstrução de seus significados e convicções. Os *ready-made*¹ (Fig. 5) representavam o ápice dessa abordagem, uma vez que manifestavam uma criação que não se enquadrava na categoria convencional de obra de arte, estimulando, assim, uma análise crítica da arte e desafiando a influência do gosto pessoal na experiência estética.

Figura 5 – "A fonte" (1917) de Duchamp



Fonte: ARTREF, 2022.

Todas as produções Dadaístas tinham como meta minar os costumes e as convenções sociais que protegiam os padrões burgueses da arte e da estética. Segundo Octavio Paz (2002, p. 22-23 apud Adverse, 2021, p. 25)

Duchamp acredita que há uma “nocividade no gosto” porque ele é constituído por uma noção temporal. O que é considerado belo ou bom é apenas uma repetição instintiva de algumas heranças da tradição. O gosto é sempre permeado por cânones estéticos que instituem ordens morais estetizantes e o Dadá foi uma reação contra a repetição que mantinha suas normas distintivas: Para Duchamp o bom gosto não é menos nocivo que o mau. Todos sabemos que não há diferença essencial entre um e outro – o mau gosto de ontem é o bom gosto de hoje – mas, o que é o gosto? O que chamamos belo, formoso, feio, estupendo ou maravilhoso sem que saibamos de ciência certa a sua razão de ser: a fatura, a fabricação, a maneira, o odor – a marca da fábrica. O gosto nasce provavelmente no Renascimento e não tem consciência de si mesmo até o período barroco. No século XVIII foi a nota de distinção dos cortesãos e mais tarde, no século XIX, a marca dos novos-ricos. Hoje, extinta a arte popular, tende a propagar-se entre as massas. Seu nascimento coincide com o desaparecimento da arte religiosa e seu crescimento e supremacia se devem, mais do que tudo, ao mercado livre de objetos artísticos e à revolução burguesa. (Um fenômeno semelhante, se bem que não idêntico, observa-se em certas épocas da história da China e do Japão.) “Sobre gostos não há nada escrito” diz o provérbio espanhol. Com efeito, o gosto se recusa ao exame e ao juízo: é um assunto de provadores. Oscila entre o instinto e a moda, o estilo e a receita. É uma noção epidérmica da arte, no sentido sensual e no sentido social: um prurido e um signo de distinção.

¹ *Ready-made* (em inglês significa literalmente “pronto-feito”) são objetos industrializados que, retirados de seu contexto cotidiano e utilitário, transformam-se em obras de arte. Isso ocorre a partir do momento em que eles são inseridos em museus e galerias. (Aidar, s/d.)

Segundo Adorno (1951, p. 220), “o gosto é a capacidade de equilibrar na arte a contradição entre o feito e a aparência do inacabado; mas as verdadeiras obras de arte, jamais concordes com o gosto, são as que acentuam ao máximo aquela contradição e chegam a ser o que são, nela perecendo”. Portanto, sugere que o verdadeiro valor na arte muitas vezes reside na capacidade de desafiar as convenções do gosto, explorando contradições e imperfeições de maneira profunda e ousada, mesmo que isso signifique que a obra não seja universalmente aceita. É uma reflexão sobre a natureza da verdadeira inovação artística e como ela pode transcender as expectativas tradicionais.

2.1 O monstro de Frankenstein

“O Belo é sempre bizarro. Não digo que seja voluntariamente, friamente bizarro, pois, em tal caso, seria um monstro fora dos trilhos da vida. Digo que contém sempre aquele pouco de estranheza que o faz ser particularmente Belo.” (Charles Baudelaire, apud Eco, 2004, contracapa)

Contextualizando, a obra literária "Frankenstein" (1818), também conhecida como "*The Modern Prometheus*", de acordo com Soares (2015, p. 12), foi escrita por Mary Shelley (1797-1851), a partir de uma história escrita durante o exílio, juntamente com seu marido e amigos, dentre eles o também escritor Lord Byron (1788-1824), que, em uma noite tempestuosa, propôs que escrevessem histórias de fantasma.

Em sua obra, Shelley “incorporou em todo seu trabalho não somente as pessoas e as situações que conheceu na sua experiência pessoal, mas os lugares que visitou, as pessoas cuja natureza observou e as condições sociais e políticas sob as quais viveu” (Florescu, 1998, p. 42 apud Soares, 2015, p. 12).

De maneira notável, a autora aborda nesta obra uma série de temas profundos, tais como a responsabilidade moral da ciência, a alienação, a busca pelo conhecimento e as consequências da rejeição social. Com essa perspectiva é possível analisar a criatura de Frankenstein no âmbito social e imagética.

Contudo, a pesquisa do interessante e do individual, ou do grotesco, leva também à imaginação de uma deformidade que arrasta a um destino trágico quem, mesmo nutrindo uma alma delicada, é condenado pelo próprio corpo. Talvez o primeiro “feio infeliz” do romantismo tenha sido o monstro protagonista de Frankenstein, de Mary Shelley (1818). (Eco, 2007 p. 293)

De acordo com a visão foucaultiana, biopoder é “o conjunto de mecanismos pelos quais aquilo que na espécie humana constitui suas características biológicas”. (Foucault, 2008, p. 3 apud Silva, 2018, p. 281). No contexto de "Frankenstein", pode-se relacionar essas ideias de Foucault ao poder exercido pelo personagem de Victor Frankenstein sobre sua criação. Victor assume o papel de um “cientista-demiurgo²” ao criar vida a partir de partes de cadáveres, exercendo um controle absoluto sobre o corpo e a existência do monstro. No entanto, essa criação acaba se tornando uma ameaça à ordem social estabelecida, sendo rejeitada e perseguida pela sociedade. Nesse sentido, pode-se entender a figura do monstro como um exemplo daqueles que estão fora das normas e das estruturas sociais, sujeitos à marginalização e ao controle.

Os membros eram proporcionais e os traços que eu escolhera para ele eram belos. Belos! – Meu Deus! Sua pele amarelada mal dava conta de encobrir o mecanismo de músculos e artérias debaixo dela; seu cabelo escorrido era de um preto lustroso; os dentes, de um branco perolado. Tais características luxuriantes, porém, apenas tornavam mais horrendo o contraste com o rosto enrugado, os lábios negros e retos e os olhos aquosos, os quais pareciam quase da mesma cor branco-acinzentada das órbitas em que se encaixavam. (Shelley, 2015, p. 131 apud Basso, Marques, 2018, p. 186)

Figura 6 – Frankenstein e Victor em cena do filme de 1931



Fonte: Eco, 2007, p. 295.

Aristóteles pontua esse olhar para o grotesco: “Nós contemplamos com prazer as imagens mais exatas daquelas mesmas coisas que olhamos com repugnância, como, por exemplo, as representações de cadáveres” (Suassuna, 2011 apud Suarez, Nunes, 2021, p.72).

² Demiurgo (*demios* significando "do povo" e *ourgos*, "trabalhador") significa o que trabalha para o público, artífice, operário manual. Pelo Dicionário Michaelis: 1 FILOS Ser divino que, segundo o filósofo grego Platão (428-348 a.C.) e seus discípulos, age como princípio causal, com o sentido de criador, dotado de movimento próprio, que tem o poder de organizar o Universo. 2 REL Entidade intermediária de Deus, que teve participação na criação do mundo, de acordo com seitas cristãs de influência platônica e gnóstica. 3 FIG O responsável pela criação de uma obra monumental. 4 FIG Qualquer criatura tida como divindade.

Woodward (2000, p. 15), “o corpo é um dos locais envolvidos no estabelecimento das fronteiras que definem quem nós somos, servindo de fundamento para a identidade”. Ao percebermos essas diferenças e semelhanças corporais, automaticamente criamos grupos diferentes na sociedade a partir da performance de cada um. Ainda para a autora, (2000, p. 50), “a diferença pode ser construída negativamente por meio da exclusão e da marginalização daquelas pessoas que são definidas como ‘outros’ ou ‘forasteiros’”. Em um contexto em que há o corpo padrão e o não padrão, o corpo aceitável e o não aceitável, temos a noção do corpo não hábil: nele, enquadram-se os indivíduos que não estão nos padrões de um ser humano “perfeito”, com dois braços, duas pernas ou sem qualquer deficiência. Também, há as noções de bestialização, o corpo grotesco ou o corpo não humano. Porém, o que nos faz humanos? Ser humano é apenas questão de estética ou há, dentre demais fatores, a identidade e os sentimentos a ela relacionados? (Basso, Marques, 2018, p. 185)

De acordo com Basso e Marques (2018, p. 189-190), o ser humano, em diversos momentos, se coloca como o centro do universo, pois, “se há outros seres vivos, ele os compara com ele próprio, sendo um ponto de referência”. Essa tendência se manifesta em diversos aspectos, incluindo comportamento, postura e estética humana. No contexto de “Frankenstein”, a criatura era rejeitada “por não alcançar um padrão humano de referência, por não ser civilizado e ser visto como um monstro”. Inicialmente, ele não compreende a razão de ser tratado com hostilidade, mas “após enxergar-se nos reflexos da água e comparar-se com as demais pessoas que já havia encontrado, ele percebe o motivo de sua rejeição e se reconhece como um monstro”.

Basso e Marques (2018, p. 190), ainda ressalta que “muitos seres vistos como monstruosos podem ter a aparência de um ser humano, como os vampiros, lobisomens e bruxas. Porém, outros são fisicamente assustadores, como a criatura de Victor”.

Neste sentido, o psicanalista Sigmund Freud (1856-1939) (apud Basso, Marques, 2018, p. 190) “abordou a temática do estranho em seus estudos, tratando sobre a repetição: o estranho, mesmo aparecendo repetidamente, ainda pode se apresentar como algo diferente”.

O tema do ‘estranho’ [...] relaciona-se indubitavelmente com o que é assustador - com o que provoca medo e horror; certamente, também, a palavra nem sempre é usada num sentido claramente definível, de modo que tende a coincidir com aquilo que desperta o medo em geral. (Freud, 1976, p. 14 apud Basso, Marques, 2018, p. 190)

Figura 7 – Afresco do Inferno, c. 1410, Giovanni da Moderna



Fonte: ECO, 2004, p. 134.

Basso e Marques (2018, p. 186) destacam que o primeiro encontro de Victor com a criatura é marcado pelo medo e pela repulsa diante de sua aparência monstruosa e grotesca. Ele não consegue assumir seu papel de criador e, conseqüentemente, evita responsabilizar-se pelo que deu origem. Desse modo, Frankenstein abandona seu "filho" porque considera a criatura uma aberração, um experimento que, no final das contas, acaba por "não dar certo por ter dado certo". Após ver a criatura ganhar vida, o cientista não ponderou sobre as implicações disso, como as necessidades e as interações desse ser com o mundo e, portanto, evita qualquer responsabilidade sobre sua criação, abandonando-a. Ele considera a criatura uma aberração e um experimento que, paradoxalmente, deu certo ao dar vida a algo que, para ele, está errado. A falta de reflexão sobre as implicações e necessidades da criatura resulta em sua fuga, demonstrando o egocentrismo de Victor e contribuindo para a hostilidade da criatura.

A rejeição por parte da figura paterna teve um papel crucial no processo de desenvolvimento da criatura, sendo o corpo monstruoso um fator determinante. Retomando a ideia de que o corpo atua como um meio de experiência e como uma fronteira que separa nosso interior do mundo exterior, a pesquisadora Marisa Lima (apud Basso, Marques, 2018, p. 187), em um de seus estudos sobre corpo e sociedade, argumenta que:

O corpo não é, pois, um objeto. Sua imagem é o conceito e a vivência que se constrói sobre o esquema corporal, trazendo consigo o mundo das significações, e na imagem estão presentes os afetos, os valores, a história pessoal, marcada nos gestos, no olhar, no corpo em movimento, que repousa e que simboliza.

2.1.1 A moda como fator analítico do monstro

A descrição do monstro na obra de Shelley apresenta uma figura desproporcional e grotesca, sem acesso às convenções sociais, incluindo a moda. Dessa forma:

(...) moda, indumentária e vestuário constituem sistemas de significados nos quais se constrói e se comunica uma ordem social. Podem operar de diversas maneiras, mas assemelham-se no fato de serem uma das maneiras pelas quais aquela ordem social é vivenciada, compreendida e passada adiante. Podem ser considerados como um dos meios pelos quais os grupos sociais comunicam sua identidade como grupos sociais a outros grupos sociais. São formas pelas quais esses grupos comunicam suas posições em relação aqueles outros grupos sociais. Sem presumir que as diferenças entre esses termos tenham sido ignoradas, é costume afirmar que moda, indumentária e vestuário são apenas formas pelas quais os indivíduos se comunicam. São também meios pelos quais os grupos sociais se comunicam e, através dessa comunicação, se constituem como grupos sociais. (Barnard, 2003, p. 109 apud Romanato, 2011, p.4)

Tomaz Tadeu da Silva (apud Basso, Marques, 2018, p. 188), em seu trabalho “A produção social da identidade e da diferença”, afirma que “a identidade pode ser definida a partir das diferenças”, que podem ter significados culturais.

A afirmação da identidade e a marcação da diferença implicam, sempre, as operações de incluir e de excluir. Como vimos, dizer “o que somos” significa também dizer “o que não somos”. A identidade e a diferença se traduzem, assim, em declarações sobre quem pertence e sobre quem não pertence, sobre quem está incluído e quem está excluído. Afirmar a identidade significa demarcar fronteiras, significa fazer distinções sobre o que fica dentro e o que fica fora. A identidade está sempre ligada a uma forte separação entre “nós” e “eles”. (Silva, 2000, p. 82 apud Basso, Marques, 2018, p. 188)

Portanto, quando uma novidade é introduzida em uma sociedade que já possui uma estrutura estabelecida de beleza, por exemplo, fundamentada em padrões culturais previamente definidos, é comum observar uma resistência à sua aceitação.

Neste contexto, o corpo desempenha um papel fundamental como um meio de interação com o mundo exterior e como uma fronteira que permite experiências sensoriais. Além disso, serve como veículo para expressar identidade e pertencer a grupos sociais dentro da sociedade. No entanto, em algumas instâncias, o corpo é submetido a normatizações estéticas, levando à exclusão daqueles que não se enquadram nos padrões estabelecidos. Isso pode resultar em indivíduos recorrendo a várias estratégias, como vestimenta, cirurgias estéticas e produtos cosméticos, para se adequar às expectativas estéticas impostas.

A partir disso, fazendo-se um paralelo com a figura do monstro Frankenstein, assim como o Deus cristão criou o homem a partir do barro, o médico em "Frankenstein" também concede vida à matéria inerte, mas depois se arrepende de sua criação e a abandona devido ao pavor que sente diante de sua aparência horrenda e deformada. Essa estética desviante dos padrões sociais da época leva ao surgimento do monstro na narrativa.

Desta forma, enquanto os personagens humanos estão vestidos de acordo com as normas sociais da época, o monstro aparece nu e desprovido de qualquer demonstração de moda ou vestimenta (Figura 9). Sua nudez é uma metáfora da sua alienação e falta de identidade, não apresentando, sequer, um nome, pois ele não pertence a nenhum grupo social ou culturalmente reconhecido.

Esse contraste visual amplia a sensação de estranhamento e monstrosidade do personagem. Sua aparência física desafia as normas estéticas da época, e isso o torna um ser isolado e marginalizado. A falta de roupas e adornos contribui para destacar sua condição de *outsider* e para acentuar sua estranheza. Enquanto os humanos se envolvem com as convenções sociais, incluindo a moda, o monstro representa um ser marginalizado e excluído da sociedade.

Assim, como o monstro, os movimentos de contracultura da moda ao longo da história, buscaram expressar suas identidades e desafiaram as normas estéticas vigentes. Eles adotam roupas e estilos de cabelo não convencionais, muitas vezes causando estranheza e rejeição por parte da sociedade conservadora (Figura 8).

Figura 8 – Um homem vestido punk é aparentemente repreendido por um homem em Londres em meados da década de 1980



Fonte: INGRAM, 2022.

Para os pesquisadores Muniz Sodré e Raquel Paiva (2002, p. 25 apud Basso, Marques, 2018, p. 187-188), o grotesco, principalmente na área artística, “trata-se da mutação brusca, da quebra insólita de uma forma canônica, de uma formação inesperada. A dissonância não se resolve em nenhuma conciliação, já que daí decorrem o espanto e o riso, senão o horror e o nojo”. A recepção do grotesco afeta a percepção, a todo instante, para cores, volumes, narrativas e frases, que, nos caminhos entre o real e o imaginário, está ligada à sensibilidade espontânea de uma forma de vida. “É algo que ameaça continuamente qualquer representação (escrita, visual), ou comportamento marcado pela excessiva idealização. Pelo ridículo ou pela estranheza, pode fazer descer ao chão tudo aquilo que a ideia eleva alto demais”.

Na história, quando o monstro de Frankenstein recebe vida, a criatura não é agressiva, “sua rebeldia nada mais é do que uma resposta à sociedade que não a aceita. Além do mais, durante suas inúmeras tentativas de socialização, ela é tratada com violência extrema por ter uma aparência horripilante” (Basso, Marques, 2018, p. 192).

O episódio que mais marcou a criatura da obra foi quando as pessoas por quem ele foi cativado, ao olharem para ele (Figura 9a), sentiram uma total sensação de estranhamento, fazendo com que fugisse, deixando-o traumatizada com relação a sua aparência monstruosa.

“Deus Todo-Poderoso!’, exclamou o homem. ‘Quem és tu?’ Nesse instante, a porta do chalé se abriu e Felix, Safie e Agatha entraram. Quem conseguiria descrever seu horror e sua consternação quando olharam para mim? Agatha desmaiou e Safie, incapaz de socorrer a amiga, correu para fora do chalé. Felix avançou como uma flecha e, com uma força sobrenatural, arrancou-me seu pai, a cujos joelhos eu me agarrava. Num acesso de fúria, lançou-me ao chão e bateu violentamente em mim com uma vara. (...)” (Shelley, 2015, p. 227 apud Basso, Marques, 2018, p. 190)

Dessa forma, encontra-se a ausência de uma identidade definida e a falta de acesso à moda ou qualquer forma de expressão visual comandada para seu sentimento de isolamento (Figura 9c). Quando ele surge no mundo de forma repentina, já adulto, encontra-se em um ambiente completamente desconhecido, sem a capacidade de se comunicar em qualquer idioma, e sem recursos para buscar ajuda ou encontrar um lugar para viver. Em suas palavras:

“Estava escuro quando acordei; sentia frio também, e um pouco de medo, por assim dizer, instintivamente, por me ver tão abandonado. Antes de sair de teus aposentos, sentindo frio, cobri-me com algumas roupas, mas elas foram insuficientes para me proteger do sereno da noite. Eu era um pobre ser indefeso e miserável; não sabia nem era capaz de distinguir nada. Invaso de dor por todos os lados, sentei-me e chorei.” (Shelley, 2015, p. 190 apud Basso, Marques, 2018, p. 188)

Figura 9 – Representação das cenas da obra



Fonte: MGKELLERMEYER, s/d.

O monstro percebe a reação das pessoas ao seu aspecto físico e reconhece a importância da aparência na forma como é tratado pela sociedade. Ele observa a forma como as pessoas se vestem e como a aparência física influencia a interação social. Essas observações levam a ansiar por uma identidade que lhe seja aceita pela sociedade. Portanto, o desejo contínuo de ser reconhecido como um ser humano é uma motivação poderosa para esse personagem.

Apesar de sua aparência grotesca na história, o monstro constantemente busca a ajuda de um ser humano para se integrar à sociedade, destacando a importância fundamental do reconhecimento e do pertencer para qualquer indivíduo.

O monstro anseia por ser aceito e compreendido pelos outros, mas suas características físicas o impedem de alcançar esse objetivo. No entanto, essa narrativa contrasta com o enfrentamento ao estranhamento e oposição social que esteve a par de diversos períodos, movimentos de contracultura, buscando a liberdade e individualidade através da expressão visual. Eles usaram a moda como uma forma de se destacar e se identificar como membros de um grupo que compartilhavam ideais e valores semelhantes. Enquanto o monstro se sentia excluído da sociedade humana, os movimentos de contracultura buscavam criar uma alternativa à cultura *mainstream* (do inglês, convencional), questionando valores e instituições protegidas (instituições que mantinham a cultura e a moda protegidas sob a burguesia).

3 OS DILEMAS DA MODA

A moda acompanhada do processo mutável da construção social do belo, pode ser compreendida metaforicamente como “criadora” do monstro de Frankenstein de várias maneiras. Da mesma forma que a criatura de Frankenstein desafia as normas protegidas e provoca uma reação de estranheza na sociedade, a moda apresenta o mesmo dilema quando desafia as convenções estéticas e promove, em diversos momentos, a estranheza como uma expressão de resistência, revolta, rebelião ou até mesmo escapismo.

3.1 A moda como forma de expressão

Você já parou para pensar em como a forma como você se veste é um espelho da sua personalidade? Pois é... a moda vai muito além de usar peças que estão em alta ou consumidas em massa. Passa pela forma como você quer se comunicar com o mundo. Quem você quer ser? Que mensagem quer transmitir? (Ana Carla, 2020)

De acordo com Flügel (1966, p. 12), nos primórdios, as roupas tinham funções determinadas servindo “a três finalidades principais: enfeite, pudor e proteção”. Principalmente o uso de roupas como forma de proteção contra o frio surgiu por uma necessidade; já o pudor foi uma imposição a partir do surgimento do conceito de pecado pelo cristianismo; por fim, o enfeite demonstra, claramente, que o ser humano sempre quis se diferenciar dos outros, criando padrões como forma de expressar sua posição social, seu gosto, sua cultura, entre outros. Desta forma, a roupa e a moda³ se tornaram ferramentas fundamentais da expressão humana.

(...) a moda “reafirma a liberdade do homem de recriar a própria pele, não a primeira dada biologicamente, mas a segunda gerada por sua imaginação e fantasia é tornada real por sua engenhosidade técnica”. A roupa é uma segunda pele, que, recobrando a primeira, compõe com ela a aparência final do sujeito. (Castilho; Martins, 2005, p. 31 apud Romanato, 2011, p. 3)

Assim, Ghisleri (2006) afirma que “quando determinados elementos são usados sempre para um mesmo fim, começa, se criar uma identificação automática, um canal de assimilação pela lógica, é a propagação dos arquétipos, ou também conhecidos clichês vestuais”.

³ Georg Simmel faz uma diferenciação entre moda e vestimenta: a moda é um fenômeno social amplo, aplicado a várias áreas, na qual a vestimenta aparece como uma delas (Svendsen, 2010 apud Moura, 2018, p. 9).

3.2 Formação de identidade de moda

Partindo-se do questionamento proposto por Ana Carla (2020), citado anteriormente, “quem você quer ser?” está ligado a questões íntimas, mas que nem sempre podem se tornar públicas, devido a outra questão de “que mensagem quer transmitir?”. Sobre esta questão, o famoso estilista Gianni Versace afirma que:

“Nossa imagem externa é nosso mensageiro, uma declaração pública. Alguns disfarces estão fortemente ligados aos nossos medos mais íntimos, e nesses casos um vestido funciona como um escudo para nos ocultar e proteger.” – (Fischer-Mirkin, 2001, p. 19 apud Romanato, 2011, p. 9)

Neste sentido, a identidade de moda está, intimamente, ligada ao conceito de *persona* (palavra que tem como origem o termo *phersu*, do etrusco que significa “máscara teatral”), usada por atores teatrais na Grécia Antiga, na qual cada uma delas representava uma personagem, possibilitando que os espectadores logo identificassem seus principais traços psicológicos.

Nesta construção de uma identidade, apesar da necessidade de diferenciação, assim como Frankenstein, o ser humano tem necessidade de pertencer a um grupo. Na obra, o monstro, após ter sido abandonado por Victor e expulso pela família de Felix, com ódio, passa a buscar por seu criador. Ao se encontrarem, o monstro fala sobre o motivo de sua revolta, e sobre sua solidão, pedindo, então, que o cientista crie uma companheira para ele, uma criatura que possa acompanhá-lo e que não tenha medo ou repulsa dele (Fig. 10a).

Desta forma, na identidade que será construída deverão ser demonstrados traços que a incluam em um grupo, a uma sociedade, mas com algum adorno que a diferencie (Fig. 10b).

Figura 10 – Cena do filme “A noiva de Frankenstein” (1935) e um grupo de punks



Fonte: CANHISARES, 2020; HODGSON, 2020.

Para Moura (2018, p. 18) “a moda aparece como uma ferramenta que se alia às características efêmeras da sociedade atual, sendo possível expressar as múltiplas identidades por meio das roupas, porque as opções são inúmeras”.

Segundo Lima (2010 apud Moura, 2018, p. 10), “por meio do que vestimos é possível interpretar os valores e as histórias daquela pessoa e, portanto, “estar na moda” é ser aceito pelos demais indivíduos nos grupos sociais ou ser excluído de alguns grupos, a depender do tipo de intenção de cada um”.

[...] a moda é “relacional”. Cada indivíduo pode ter múltiplas identidades, que podem ser públicas ou privadas, formais ou informais e revelam-se quase sempre contraditórias. Essas identidades nunca são, todavia, puramente individuais, mas sim coletivas. A moda é uma produção e uma reprodução permanente do social (Godart, 2010, p. 36 apud Moura, 2018, p. 24).

3.2.1 Desconstruindo padrões e gerando estranhezas

Antes de falar sobre a desconstrução, é preciso entender como se dá sua formação.

Como já citado, Ghisleri (2006) afirma que “quando determinados elementos são usados sempre para um mesmo fim, começa, se criar uma identificação automática”, criando padrões, seja por gosto, imposição, resistência ou resiliência, por exemplo.

Um dos padrões mais emblemáticos da história da moda ocidental é o uso de saias pelas mulheres. Sobre o uso de saia como diferenciação de gênero, como foi por muito tempo, é interessante observar que até a Idade Média, ambos os sexos usavam túnicas. Na bíblia encontra-se um texto que fala sobre a diferenciação de gênero, apesar da roupa ser, praticamente, igual (Fig. 11a): “Não haverá traje de homem na mulher, e não vestirá o homem vestido de mulher, porque qualquer que faz isto é abominação ao Senhor teu Deus” (Deuteronômio 22:5). Observa-se que o texto fala de traje e não de saia, vestido ou calça comprida, simplesmente fala de diferenças gerais que qualificam homens e mulheres. Estes textos não devem ser interpretados isolados, pois se completam com outros trechos, como os de Ezequiel 16:11-13, que esclarecem o que se quis dizer sobre a diferenciação nos trajes:

“Também te ornei de enfeites, e te pus braceletes nas mãos e um colar ao pescoço. E te pus um pendente no nariz, e arrecadas nas orelhas, e uma linda coroa na cabeça. Assim foste ornada de ouro e prata, e o teu vestido foi de linho fino, de seda e de bordados; de flor de farinha te nutriste, e de mel e azeite; e chegaste a ser formosa em extremo, e subiste até a realeza. Correu a tua fama entre as nações, por causa da tua formosura, pois era perfeita, graças ao esplendor que eu tinha posto sobre ti, diz o Senhor Deus”

Com isso, a princípio, gerou o padrão de roupa feminina e masculina. Somado a isso, a saia dificulta, ou até impossibilita, a execução de inúmeras tarefas (Fig. 11b), como, por exemplo, andar a cavalo, se tornando, também uma ferramenta de controle de homens sobre as mulheres que durou, na sociedade ocidental, até meados do século XIX devido a invenção da bicicleta que se tornou um meio de transporte imprescindível a homens e mulheres que, então, tiveram que adaptar a saia, transformando-a em um traje bifurcado (uma espécie de saia-calça) (Fig. 11c), para que pudessem pedalar. Depois disso, já na década de 1960, a saia, ou melhor, a minissaia, se transformou em símbolo da luta pela libertação feminina (Fig. 11d). Hoje, apesar do *kilt* (saia escocesa), ser usada por homens desde a antiguidade, a saia vem se transformando em um símbolo da luta pela liberdade de expressão de moda masculina (Fig. 11e), desconstruindo padrões e, ainda, gerando estranheza estética, por parte de uma maioria da sociedade moderna, ao incorporar elementos incomuns, inesperados e não convencionais.

Figura 11 – A saia ao longo da história



Fonte: PINTEREST, 2023.

O sociólogo inglês Anthony Giddens (2002, p. 96 apud Moura, 2018, p. 9) diz:

A roupa e a identidade social não estão hoje inteiramente dissociadas, e a primeira continua sendo um instrumento de sinalização do gênero, da posição de classe e do status ocupacional. Modos de vestir são influenciados por pressões de grupo, propaganda, recursos socioeconômicos e outros fatores que muitas vezes promovem a padronização mais que a diferença individual.

3.2.1.1 Os designers de moda como criadores de “monstros”

Como discutido até aqui, o monstro representado pela moda ocorre quando, através de roupas ou estéticas corporais, geram estranhezas.

No contexto da Primeira Guerra Mundial, a guerra em si deveria representar o monstro, mas o fato das mulheres terem precisado sair de suas casas para trabalhar durante a ausência de seus maridos, fez com que os padrões de trajes femininos fossem alterados, diminuindo o comprimento das saias e eliminando os espartilhos para dar maior mobilidade, cortando os cabelos e utilizando elementos da moda masculina para conseguirem se impor perante a sociedade, tornaram-nas nos primeiros “monstros” da moda. Isto abriu caminhos para o início da luta feminista, na qual, Coco Chanel (1883-1971) teve grande destaque, tornando-a em uma das estilistas mais famosas do mundo no século XX. Como já mencionado, no padrão de roupa feminina ocidental, a saia era seu maior símbolo, mas Chanel mudou isso ao usar calças em estilo marinheiro (Fig. 12a).

A estilista Coco Chanel entrou para a história ao popularizar entre as mulheres uma peça até então considerada exclusivamente masculina: a calça comprida. O que quase ninguém sabia é que, além da questão cultural que envolvia o uso da peça de roupa no começo do século XX, havia também uma lei que proibia as mulheres parisienses de vestir calças, o decreto de 1799. O mais inacreditável é que esta lei só foi absolutamente abolida no último dia 31 de janeiro. (Valverde, 2013)

Anos mais tarde, neste mesmo movimento, Yves Saint Laurent (1936-2008), em 1966, criou o “Le Smoking” (Fig. 12b).

Yves Saint Laurent conseguiu, com o Le Smoking, dar resposta a um grupo de mulheres que, através do vestuário, procuravam passar a imagem de seres confiantes em todas as esferas — profissional, pessoal e sexual. Mulheres seguras de si conjugavam um blazer com calças e não se sentiam menos femininas por isso, pelo contrário. A sociedade, contudo, não estava preparada para tanta ousadia nem para tanta liberdade vinda das mulheres. (Matos, 2019)

Figura 12 – Mulheres de calça



Fonte: VALVERDE, 2013; MATOS, 2019.

Na mesma década surgem os *hippies*, um dos primeiros movimentos de contracultura, no qual jovens protestavam, de modo pacífico, contra a guerra do Vietnã, o sistema capitalista e o consumismo, tendo como lemas as frases “Faça amor, não faça guerra” (*Make love, not war*), “Paz e amor” (*Peace and love*) e “Poder das flores” (*Flower Power*) (Fig. 13a). De acordo com Vieira (2016), a moda *hippie* expressava a vontade dos jovens se libertarem das regras impostas pela sociedade, adotando roupas unissex, usando as batas indianas, com seus motivos florais e elementos da natureza, em referência às ideologias das religiões hindus e as filosofias do budismo sobre o desapego aos bens materiais e valorização da natureza, valorizando o artesanal (em oposição a industrialização que incentivava o consumismo desmedido) como bordados a mão e estampas em *tie-dye* (do inglês, amarrar e tingir), que remetiam ao psicodelismo (estado psíquico de quem está sob a ação de um alucinógeno, como o LSD, por exemplo), pois as drogas desempenhavam um papel de expressiva importância por serem uma forma de autoconhecimento e liberdade e por representarem um símbolo de ruptura com os padrões existentes, um dos objetivos da contracultura hippie. Desta forma, a moda *hippie* nasceu nas ruas e influenciou e chocou a alta sociedade, em um movimento chamado de *bubble-up*⁴, através das criações e publicidades das criações dos estilistas Yves Saint Laurent e Emilio Pucci (1914-1992).

Figura 13 – Mulher oferecendo uma flor diante de uma tropa militar, a publicidade do perfume “Opium” de YSL em 1977 e o psicodelismo das estampas de Pucci (1964)



Fonte: VALVERDE, 2013; MATOS, 2019.

No final da década de 1970, em um contexto de crises, surgiu o movimento *punk*, como uma expressão de rebelião e contestação contra o capitalismo e seus efeitos, que, segundo Rocha (2020), “nasceu de uma cultura marginal e alternativa aos costumes tradicionais da sociedade”.

⁴ *Bubble-up*, do inglês, borbulhar, indicando uma moda que vai “de baixo para cima”, ou seja, das ruas para as altas sociedades.

Neste cenário, ainda de acordo com Rocha (2020, a estilista Vivienne Westwood (1941-2022) resolveu ir contra os padrões da moda *hippie* por considerá-los comerciais, “e passou a representar a rebeldia em um vestuário pensado para o público jovem que tinha intenção de causar com olhares agressivos”. Esse estilo subversivo e provocador ainda é uma fonte de inspiração para muitos designers contemporâneos.

Em 1972, ao lado de seu marido Malcolm McLaren (empresário e produtor musical), Vivienne criava camisetas personalizadas com *spikes*, alfinetes, correntes, ossos de galinha e outros materiais peculiares que vieram a fazer a cabeça dos adeptos ao movimento Punk. Algumas dessas peças traziam mensagens provocativas estampadas. (Rocha, 2020)

Figura 14 – Membros da banda *Sex Pistols* usando peças feitas por Vivienne Westwood



Fonte: ROCHA, 2020.

Na década de 1980, muitos estilistas buscam provocar e desafiar as normas estabelecidas por meio de suas criações, explorando temas polêmicos, como sexualidade, identidade de gênero, política ou religião, para gerar impacto e gerar discussões. Neste contexto, não um estilista, mas sim uma marca, e não por suas roupas, e sim por sua publicidade, a Benetton, segundo Coelho (2019, p. 25 apud Polesi, 2023, p. 25), em 1982, contratou o fotógrafo italiano Oliviero Toscani que revolucionou a imagem da marca, “que passou a ser conhecida não somente pelo colorido vibrante das roupas, mas também por campanhas polêmicas e irreverentes, com fortes críticas sociais” (Fig. 15). Combinando roupas coloridas e apelos de tolerância e paz entre os povos, fez surgir o *slogan* “*United Colors of Benetton*” (do inglês, “cores unidas da Benetton”).

Assim, a marca passou a ser conhecida não somente pelo colorido vibrante das roupas, mas também por campanhas polêmicas e irreverentes, com fortes críticas sociais. Neste sentido, Zaidan (2013) afirma que em suas publicidades a Benetton apelava para polêmicas e, muitas vezes, imagens chocantes, que faziam o público pensar e refletir, trazendo luz a assuntos que estavam ocorrendo na sociedade da época. Nesta estratégia, as roupas ficaram, cada vez mais, em segundo plano, até desaparecerem totalmente das imagens, valorizando apenas o conceito. (Polesi, 2023, p. 25)

Figura 15 – Campanhas da marca Benetton



Fonte: POLESÍ, 2023, p. 23 e 25.

Assim como o monstro Frankenstein, a marca incomodou a muitos, levando a protestos, até mesmo de forma agressiva com apedrejamento de lojas e roupas destruídas em público.

Esta é uma opinião generalizada, a julgar pelos noticiários da imprensa de todo o mundo, e a polêmica não se limita a palavras impressas ou faladas: na França, consumidores da Benetton, em protesto público, queimaram e rasgaram roupas desta marca (alguns se limitaram a retirar as etiquetas das roupas). Naquele país, algumas lojas Benetton foram apedrejadas e o movimento caiu 30% em média durante 1993. A associação francesa de licenciados da marca solicitou à empresa que ela alterasse sua publicidade. Nos Estados Unidos, a enorme comunidade de exilados cubanos boicotou as lojas da Benetton, após a veiculação da campanha em que aparece Fidel Castro lendo a revista *Colors*, publicação da Benetton. Na Alemanha, um juiz proibiu a Benetton de divulgar suas campanhas publicitárias, pois “*exploram o sofrimento humano para vender*”, conforme escreveu em seu despacho - embora tenha acrescentado no mesmo documento: “estas campanhas não ajudam a vender o produto” (!). Na França, um tribunal condenou a Benetton a pagar uma multa para cada cartaz que tenha exibido, ou que venha a exibir, imagens relacionadas a AIDS. Na Inglaterra e França, foram proibidos os cartazes em que aparecem cemitérios de guerra; as associações de ex-combatentes e veteranos protestaram publicamente, também acionando a Benetton na justiça. (Finco, 1996, p. 74-75)

Entre as décadas de 1980 e 1990, a estilista japonesa Rei Kawakubo (1942), segundo Novais (2022 apud Polesi, 2023, p. 29), está sempre “provocando a indústria da moda a repensar seus padrões e a fugir do óbvio”. A estilista afirma que “as roupas ocidentais justas no corpo são um tédio. Eu crio para mulheres que já estão além disso” (Yahn, 2017 apud Polesi, 2023, p. 29). De acordo com Yahn (2017 apud Polesi, 2023, p. 30), a coleção “*Body Meets Dress*” de 1997, “não foi muito bem compreendido, acabando criticado por muitos por distorcer as formas do corpo humano por meio das roupas, o que resultou em comparações com mulheres grávidas e até com o ‘Quasimodo’” (Figura 16). “Rei experimenta com novas formas e novos corpos, trabalha com visões abstratas e desconstrói mitos, mudando radicalmente as percepções de beleza”.

Figura 16 – Looks do desfile “*Body meets dress*” e o Quasimodo do filme de 1939



Fonte: POLESI, 2023, p. 30; PINTEREST, 2023.

Na década de 1990, os desfiles de lançamento de coleções, principalmente as de alta-costura, passaram a apresentar verdadeiros “shows”, espetaculares e impactantes, repletos de elementos dramáticos, performances e cenografias elaboradas, que vão além das simples apresentações de roupas. Este tipo de desfile é, frequentemente, utilizado como uma plataforma para a expressão artística e a narrativa, cada vez mais inovadores, com peças, em sua maioria, conceituais, nos quais as roupas estão mais para *ready-mades* do que roupas usuais, a não ser nas grandes ocasiões como os *red carpets*, como foi o exemplo da cantora Björk que, na 73ª edição do Oscar em 2001, usou um “vestido cisne” conceitual, do fashion designer macedônio Marjan Pejoski, que teve até performance quando, diante de todos, “ela botou um ovo!” (Fig. 17b).

A moda conceitual, que gera espanto, estranheza ou admiração, não é novidade. Na década de 1930, a estilista Elsa Schiaparelli (1890-1973), que uniu arte e moda com criações feitas, muitas vezes, em parceria com Salvador Dalí (1904-1989), famoso artista surrealista (Fig. 17a). Callan (2007, p. 285 apud Polesi, 2023, p. 27), comenta que “nada agradava mais a Elsa do que divertir, fosse sendo espirituosa, fosse chocando. Suas roupas eram elegantes, sofisticadas e, muitas vezes, extremamente excêntricas, atraindo grande clientela”.

Nestes desfiles conceituais, não só as roupas causam estranheza, como também a ousadia de alguns estilistas ao colocar em suas passarelas modelos que fogem aos padrões estabelecidos por esta indústria, como é o caso de Jean-Paul Gaultier (1952), cujas criações frequentemente desafiam as convenções e questionam as expectativas sociais, que, em outubro de 2006, apresentou Velvet D'Amour (Fig. 17c), uma modelo *plus size*, abrindo o debate sobre “peso ideal”.

Figura 17 – Chapéu sapato de Schiaparelli (1936), Björk com o “vestido cisne” e Velvet D'Amour para a coleção de Gaultier (2006)



Fonte: PINTEREST, 2015.

Atualmente, devido, principalmente a alta exposição a imagens disseminadas pela internet e redes sociais, a moda vem desafiando as noções de beleza e senso estético, focando, segundo Pinto (2022, p. 37), “cada vez mais, em chocar, romper com a tradição e chamar atenção do público, tal como Duchamp no movimento Dadaísta”, já discutido anteriormente. “Roupas e acessórios que, num primeiro impacto, parecem esquisitas e feias acabam se tornando bonitas e aceitáveis a partir da repetição com que essas imagens chegam por meio da mídia, artistas e *influencers* nas redes sociais”. Neste sentido, Guy Debord (1997 apud Pinto, 2022, p. 34) vai dizer então que “há um volume muito grande de informações e de ofertas, comportamentos, vestuário, de aparência, etc., que faz com que o indivíduo passe a aceitar passivamente as influências que vão ser trazidas por meio das mídias”.

Figura 18 – A *influencer* GKay com a bota “transformer” e a polêmica bolsa saco de lixo da Balenciaga



Fonte: PINTO, 2022, p. 34 e 36.

4 A CONSTRUÇÃO DE NOVAS ESTÉTICAS PECULIARES NA MODA

Como já mencionado, o corpo desempenha um papel fundamental como um meio de interação com o mundo exterior, servindo como veículo para expressar identidade e pertencer a grupos sociais dentro da sociedade.

Na história da moda, vários são os exemplos de construção de novas estéticas, transformando o corpo através de peças de vestuário, como, por exemplo é o caso dos espartilhos (usados até hoje), os sapatos minúsculos e extremamente apertados usados por chinesas (usados entre o século X e XX) ou o alongamento do pescoço por meio de argolas de metal usados pelas “mulheres-girafa” de Mianmar.

Figura 19 – Modificações corporais por uso de peças de moda ao longo da história



Fonte: VIANA, 2015, p. 21-24.

Para atingir este objetivo, por vezes, o corpo é submetido a normatizações estéticas, em que indivíduos recorrem a várias estratégias, além da vestimenta, como procedimentos estéticos modificando suas curvas e feições naturais, fazendo cirurgias de implantes de silicone para definir ou aumentar as curvas do corpo, ou para transformá-lo em “outro ser”, por exemplo. Além disso, outra forma de modificação corporal é a robotização que agrega experimentos tecnológicos para reconstruir membros amputados, por exemplo.

De acordo com Ferreira (2010, p. 70), hoje, no pensamento dominante, o corpo não precisa mais ser obediente e fiel à natureza, ele pode se tornar mais “natural” do que o que a própria natureza concebeu. A indústria da metamorfose corporal possui a tecnologia adequada a cada situação, corpo ou bolso. A tecnologia desenvolvida pela racionalidade científica e os valores e sentidos produzidos no mundo social agora constroem um corpo que nem a mãe natureza foi capaz de fazer.

4.1 Autocriação

Desde os primórdios que a humanidade busca uma forma de driblar a morte. A busca pela fonte da juventude é uma delas. De acordo com Hirata (2018), “na mitologia, a fonte da juventude é um rio que saía do Monte Olimpo e passava pela Terra. Como vinha de deuses, seria capaz de dar a imortalidade a quem bebesse de sua água”. Neste sentido, Todd (2018), a história de Frankenstein causa fascínio, justamente porque fala da “relação entre vida e morte”. “A morte é absoluta. Então, a ideia de que você pode reanimar a carne é ao mesmo tempo chocante e arrebatadora”.

É perceptível a inserção da temática da moda em um contexto intrinsecamente ligado ao corpo e à estética, suscitando debates acerca dos padrões e das imposições sociais que delineiam o conceito de beleza e deseabilidade, principalmente no contexto da representação feminina.

Uma aproximação que o psicanalista Jurandir Freire Costa (2004, apud Moura, 2018, p. 19) faz sobre este tema refere-se à questão da bioidentidade, em “A personalidade somática de nosso tempo”, ao afirmar que na cultura somática “o cuidado agora se volta mais para a longevidade, beleza e saúde do que para os sentimentos ou qualidades referentes à moralidade”.

A partir dessa ideia, Martins (2020), afirma que “a quarentena forçada em diversos países pelo mundo, incluindo o Brasil, tem feito muitas mulheres aderirem a uma tendência que já vinha ganhando espaço no segmento de maquiagens, a “no *make-up make-up*”, que enfatiza a estética do natural sem ser natural. Entretanto essa longevidade, normalmente ocasionada pelos produtos de maquiagem, de cosméticos e de procedimentos estéticos, são uma falsa representação do natural, já que envelhecer e apresentar disformidades de texturas e cores na pele fazem parte do processo humano (Fig. 20a).

Figura 20 – “A velha vedete” (1630) de Bernardo Strozzi e viralização do filtro de envelhecimento do TikTok que está assustando toda uma geração



Fonte: ECO, 2007, p. 158; HERNANDEZ, 2023.

Essa exposição a uma versão virtual (Fig. 20b) e acelerada do envelhecimento pode despertar ansiedades profundas relacionadas à perda da juventude e à alteração da autoimagem. A aversão pode ser intensificada pela pressão social, especialmente no contexto das redes sociais, onde as representações visuais desempenham um papel significativo na construção da identidade e na busca por validação. Erik Erikson (1968, apud Moura, 2018, p.56), ao falar sobre crise de identidade e juventude, afirma que “os ingredientes desta confusão são as discrepâncias entre o amor próprio, a imagem ampliada do eu enquanto pessoa autônoma e a sua aparência perante os olhares alheios”.

O indivíduo deixa de ser ele mesmo; adota inteiramente o tipo de personalidade que lhe é oferecido pelos padrões culturais; e, portanto, torna-se exatamente igual a todos os outros e ao que os outros esperam que ele seja ... esse mecanismo pode ser comparado à coloração protetora que alguns animais assumem. Eles parecem tão semelhantes ao seu entorno que só podem ser distinguidos dele com grande dificuldade. (Giddens, 2002, p. 177 apud Moura, 2018, p. 87-88)

Figura 21 – Frida Kahlo comercializada na estética de sobrancelha e harmonização facial, e Filtro polêmico do TikTok cria rosto 'perfeito' sem precisar de cirurgia



Fonte: LACERDA, 2018; VASCONCELOS, 2023.

Essa padronização de identidade é impulsionada pela busca por aceitação social e validação, em que a adesão a padrões estéticos percebidos como populares ou desejáveis é incentivada. Nesse contexto, a estilização da imagem de Frida Kahlo, como mostrado na figura acima, pode representar não apenas uma homenagem, mas também uma tentativa de enquadrar sua expressão única em um molde mais convencionalmente aceito. Ao transformar os traços distintivos de Kahlo em elementos comercializáveis, observa-se uma busca por validar socialmente uma imagem que, historicamente, era marcada por autenticidade e singularidade.

Desta forma, segundo Romanato (2020, p. 112), “a procura por referências capazes de nortear a autorrepresentação dos sujeitos na sociedade, faz com que as pessoas comparem suas aparências às de pessoas públicas (celebridades, influenciadores, etc.), e muitas vezes acabam se julgando inferiores”.

Na medida em que a identidade depende cada vez mais de imagens, as réplicas seriais e repetitivas de identidade desses padrões inatingíveis podem gerar depressão e graves transtornos alimentares, como a bulimia e a anorexia, por exemplo. Além disso, de acordo com Martins (2015), nesta busca de parecer com seus referenciais, muitas vezes seus ídolos, os “fãs se submetem a todo tipo de procedimento e seus riscos para alcançar essa meta. As modificações vão de simples apliques capilares até intervenções cirúrgicas” (Fig. 22).

Figura 22 – Ken humano e Kenova, a garota no invólucro cor de rosa, simulando Barbie



Fonte: MEDICALDAILY, 2014; ZOVIN, 2019.

No fim das contas, as pessoas se afastam do próprio desejo e do que as deixam mais à vontade com elas próprias para reproduzir valores que são determinados “de fora para dentro”. Já dizia Maquiavel (1469-1527) em seu livro “O príncipe (1532) que “mais importante do que ser é parecer ser. Não é necessário ter todas as qualidades, mas é indispensável parecer tê-las”.

4.2 Os novos Doutores Frankenstein

Na busca incansável pela representação perfeita, Zancanela (2005, p. 1) afirma que “as descobertas tecnológicas trazem muitas vezes um encantamento que cega e impede a superação de dicotomias que atribuem a seus avanços características diabólicas ou salvacionistas”. Em um mundo estereotipado, a diversidade de feições e até os charmosos “defeitiños” – que faz com que se seja mais humano – ficam escondidos debaixo de tinturas, silicones e uma infinidade de artifícios estéticos.

A natureza intrinsecamente tecnológica do ser humano é destacada como a de um ser híbrido. Isso decorre da compreensão de que os corpos humanos são “naturalmente construídos, tal como um ciborgue” (Haraway, 2009, p. 24, apud Rego, Pimentel, 2013, p. 5).

Essa perspectiva sugere que a interação humana com a tecnologia é inerente à sua natureza, conferindo-lhe uma característica híbrida. Desde os mecanismos linguísticos até as interferências cotidianas, como o uso de roupas, filtros no Instagram e modificações fotográficas, observa-se a presença constante da tecnologia.

A admissão voluntária de intervenções tecnológicas no corpo humano, evidenciada por atos de transumanismo⁵, destaca-se como uma expressão de vontade em tornar o corpo “impuro”. Este fenômeno implica em assumir compromissos tanto tecnológicos quanto estéticos, desafiando a pureza natural do corpo. Essas ações revelam a predisposição do ser humano em se engajar em alterações deliberadas, como a modificação de componentes biológicos ou genéticos por meio de intervenções maquinarias (Fig. 23).

Figura 23 – Artíficos Estéticos: Base que se adapta a pele do usuário; tratamento à laser; lente de contato dentária; foto tratada em Photoshop; espelho virtual e realidade virtual



Fonte: ROMANATO, 2020, p. 128.

Ao abordar as transformações que a disseminação dos computadores e redes digitais estariam permitindo na construção da identidade dos indivíduos na atualidade, a interface dos computadores seria a tecnologia a possibilitar que o sujeito experimentasse uma multiplicidade de identidades. (Turkle, 1995, apud Zancanela, 2005, p. 1)

Assim, segundo David Le Breton (2003, p. 181-226 apud Xavier; Silva, 2005, p. 1479), “características físicas como cor, sexo, peso e medidas, são apenas efeitos textuais de um sujeito múltiplo representado por uma tela, um ícone”.

Novos conceitos estéticos concebidos para analisar a união entre representações artísticas, tecnologia e corpo, devem partir do pressuposto da identidade. Em um ambiente onde a homogeneização cultural está tendendo a se tornar realidade, a forma mais adequada de conceber uma nova estética é a partir da diferença, da customização (real ou digital), portanto da busca de uma representação simbólica da identidade. (Lopes, 2017)

⁵ “Vivemos a era do transhumanismo, onde os seres humanos realizam modificações para tornarem-se humanos aprimorados”. (Reis, 2020, p. 66)

O conceito de customização, através do uso da criatividade, busca individualizar, personificar bens e serviços para diferenciá-los. Essa diferenciação se torna um fenômeno que se intensifica na capacidade de inovar. Por meio da tecnologia cada sujeito possui uma infinidade de formas ampliando as possibilidades de se expressar e se constituir subjetivamente.

Desta forma, atualmente, a customização pode se dar por qualquer escolha que leve a uma diferenciação no visual (corporal ou de uso, como em roupas, por exemplo), mas esta tendência ocorre com mais facilidade no mundo virtual (Fig. 24).

Figura 24 – Customização no Cyberpunk 2077 e Alita com corpo ciborgue



Fonte: Montagem da autora, 2023.

No mesmo sentido, Nicholas Negroponte (1995, p. 157-158, apud Xavier; Silva, p. 1478) coloca como “indivíduo digital” aquele que vive em busca de identificações sucessivas ao entrar e sair da internet com suas “máscaras virtuais” levando a construção da “*persona* digital” (conceito de *persona* abordado na p. 25 deste trabalho), que constituem a imagem atual do ciborgue – essencialmente organismo e cibernética – resultado da relação entre o corpo/sujeito e o ciberespaço.

Ainda nesta relação do corpo com a tecnologia, Couto (2009, p. 2) destaca que “o homem inventa a técnica e é por ela reinventado”. Em seu artigo “Políticas do pós-humano”, reflete sobre o cibercorpo e/ou corpo ciborgue em que “a modificação e a transgressão através de cirurgias, implantes e estimulantes que se tornam anseios, metas e objetivos do homem. O ser humano se reinventa e se monta como peças de lego. Tudo se torna possível, substituível e transformável” (p. 9).

O processo pelo qual o indivíduo se desvincula de uma essência natural ou pura adquire substância somente mediante uma intervenção criativa sobre sua existência. Neste sentido, no manifesto ciborgue, ensaio da bióloga e filósofa Donna Haraway, de 1984, conceitua que para ela o “mito do ciborgue significa fronteiras transgredidas, potentes fusões e perigosas possibilidades – elementos que as pessoas progressistas podem explorar como um componente de um necessário trabalho político” (Tadeu, 2009, p. 45).

O ciborgue, criatura formada por fusões entre máquina e organismo, mistura de realidade social e ficção, não constituindo um corpo sólido com componentes definidos, seria uma metáfora dessa nova política em um mundo marcado de forma crescente pelo binômio ciência e tecnologia, no qual as fronteiras entre humano e animal, organismo e máquina, e entre físico e não físico mostram-se fluidas. (Fontgaland; Cortez, 2015, p. 1).

Baseado neste manifesto, que questiona as identidades e defende rupturas, Alessandro Michele, diretor criativo da Gucci, em março de 2018, fez sua própria interpretação do pós-humano ciborgue, em que apresentou o desfile de outono/inverno com roupas que desafiaram certas barreiras, usando elementos bizarros como “modelos segurando réplicas da própria cabeça, meninas de três olhos, e um pet dragão recém-nascido (obra do estúdio de efeitos especiais Makinarium)” (Casa Boa Vista, 2018). “Modelos andrógenos e a convivência com o fantástico, presentes no desfile, representam a heterogeneidade entre humanos e o artificial. Mais do que isso, com a evolução da tecnologia, a fusão entre real e virtual acaba com o conceito de natural” (Góis, 2018). “Não à toa, antes de chegar à reflexão dessa nova coleção, a Gucci foi ao espaço, abraçou ETs, talvez em busca de modelos mais livres vindos de outras civilizações. Uma viagem de descobrimento intergaláctica” (Casa Boa Vista, 2018).

De acordo com uma matéria publicada na Vogue Francesa, escrita por Rosalind Jana (2018, tradução nossa), Michele teria afirmado que “somos o Dr. Frankenstein de nossas vidas”. Essa ideia de que, na era atual, as identidades são cada vez mais construídas a partir de uma variedade de influências e ferramentas, incluindo a tecnologia e a cultura popular, são pautadas como um intrigante fator “quando se trata de pensar como os corpos são formados, interpretados e potencialmente refeitos – bem como, no caso da Gucci, vestidos”.

“Gucci Cyborg é pós-humana: tem olhos nas mãos, chifres de fauno, filhotes de dragão e cabeças duplicadas. É uma criatura biologicamente indefinida e culturalmente ciente. O último e extremo sinal de uma identidade miscigenada em constante transformação. O símbolo de uma possibilidade emancipatória por meio da qual podemos decidir nos tornar quem somos”. (Casa Boa Vista, 2018)

Neste mesmo sentido, em 1999, Alexander McQueen inseriu robôs pintando um vestido durante o desfile, já antecipando essa questão da máquina na atuação de novos corpos. E o sujeito como objeto de pesquisa, faz com que o transumanismo se insira muito na moda e na representação do corpo como expressão.

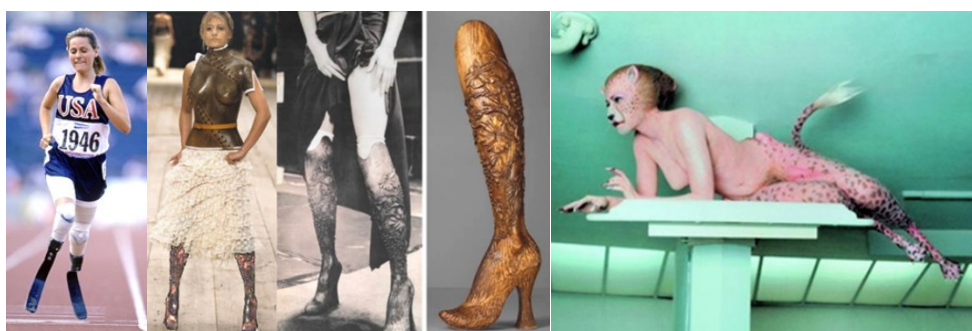
Figura 25 – Gucci (2018), McQueen (1999) e androgenia da geração Z



Fonte: JANA, 2018; PINTEREST, 2014.

No mesmo desfile de 1999, McQueen convidou a atleta paraolímpica Aimee Mullins, que teve suas pernas amputadas na adolescência. Segundo Garcia (2014, p.177), nos jogos de 1997, ela apresentou pela primeira vez pernas em fibra de carbono em forma de patas de felino (Fig. 26a). Ao usar a moda como meio de resistência, destacar a própria singularidade e desafiar as noções tradicionais de normalidade “McQueen criou um par de pernas em madeira de olmo delicadamente esculpidas com entalhes elaborados em alto-relevo” (Fig. 26 b, c, d). “Ela entendeu, após essas experiências, que havia vários caminhos para encontrar e usar a singularidade de seu próprio corpo de forma positiva. Seu corpo poderia ser complementado de várias formas” (Fig. 26e).

Figura 26 – Aimee Mullins nas olimpíadas, no desfile de 1999 e no filme “Cremaster 3” (2002)



Fonte: OLYMPIC SHOES, 2021; GARCIA, 2014.

Segundo Baptista (2022, p. 111), “a condição ciborgue, isto é, um organismo híbrido que incorpora elementos tecnológicos e orgânicos, apavora qualquer pessoa que se aproxime da criatura”. Nessa conjuntura, o conceito da “criatura” (ou seja, o indivíduo marginalizado) estigmatizada pelas estruturas sociais preexistentes que a desumaniza, faz compreender como o poder é exercido e quem se beneficia com a representação simbólica como “normal” ou é excluído como “outro”. Esse conceito refere-se à divisão da sociedade em grupos dominantes (opressores) e grupos subalternos (oprimidos).

A palavra 'Frankenstein' tornou-se quase sinônimo da palavra “monstro” e, mais especificamente, de uma anormalidade aterrorizante feita pelo homem, costurada com várias partes. A partir dessa noção, é possível traduzir isso às mulheres que têm usado a moda para desafiar as normas patriarcais, reivindicar seus corpos e suas escolhas e definir sua própria identidade. Isso pode ser visto como uma forma de “costurar” uma identidade única, como exemplificado no filme “Colcha de Retalhos” (título original “*How to Make an American Quilt*”) de 1995, que gira em torno de colchas cujo símbolo retrata a celebração da diversidade e da singularidade. Cada pedaço de pano representa a história de vida de uma mulher, e essas histórias são costuradas juntas em um todo único. Essa abordagem pode ser vista como uma metáfora para a moda, em que a escolha de roupas pode ser uma forma de expressar a singularidade e a história pessoal. Cada pedaço de tecido em uma colcha e cada peça de roupa em um guarda-roupa podem ser interpretados como uma forma de “retalho” que contribui para a identidade e a estética de uma mulher.

Assim, uma abordagem inovadora na concepção dos seres humanos e do mundo natural, incorpora considerações fundamentais sobre gênero, classe e raça. A tecnologia, longe de ser uma mera ferramenta, configura-se como um potencial libertador, particularmente para mulheres e outros grupos marginalizados. Os ciborgues, cujos corpos e mentes são modificados pela tecnologia, possuem a capacidade de desafiar normas culturais e sociais, as quais, por sua vez, restringem a liberdade tanto individual quanto coletiva.

Figura 27 – Aimee Mullins nas olimpíadas, no desfile de 1999 e no filme “Cremaster 3” (2002)



Fonte: PINTEREST, 2023.

Se a subjetividade no mundo pós-moderno atual já não se limita a sexo biológico, a gênero, etnias, ou a quaisquer características tradicionalmente relevantes na cultura moderna, que antes serviam como base referencial e central de desenvolvimento do sujeito, ainda temos hoje a possibilidade desenvolvimento e expressão de identidade de gênero de forma virtual.

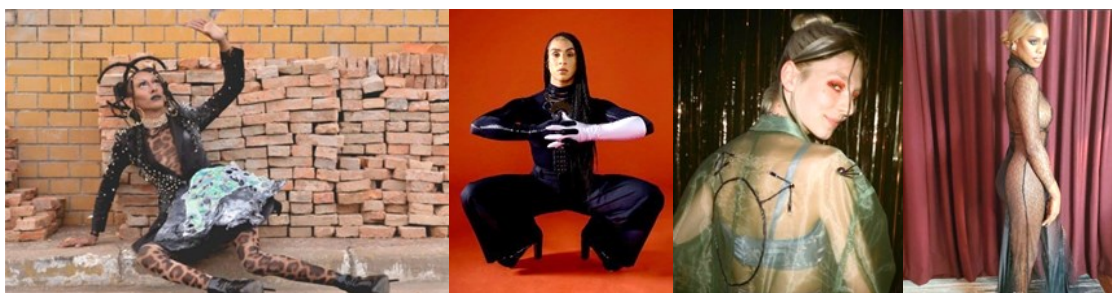
Neste mundo tecnológico, o sujeito está entre a possibilidade de ampliar ou potencializar as relações sociais e de produção do conhecimento, através da expansão do “Eu” em ambientes virtuais ou fazer uma apologia ao fim do corpo, em uma perspectiva “apocalíptica” de que, de acordo com Le Breton (2003, p. 181-226 apud Xavier; Silva, 2005, p. 1479), “o corpo constituído de carne deverá desaparecer logo, pois a carne, na pós-modernidade, aprisiona o sujeito ao mundo”.

A vindicação pela autonomia e emancipação do sujeito, quer este seja feminino ou *queer*, quer seja deficiente físico ou neurodivergente, permite-lhe a apreensão do seu corpo, tornando-se politicamente visível diante do outro. Se a subjetividade do monstro não for considerada, então não há lugar para si no mundo. Ora, é aqui que o sujeito se constrói, partindo assim em busca do que significa ser e ter um corpo. (Baptista, 2022, p. 103)

Não se mantém mais dicotomias rígidas, os conceitos agora são flexíveis e podem ser reconstruídos, não é mais preciso se prender a conceitos tradicionais de corpo e de modo de vida. Este novo paradigma reconhece a fluidez e mutabilidade da identidade, e os ciborgues emergem como uma representação singular dessa transformação, desafiando as categorias binárias convencionais.

A realidade dos ciborgues, mostra que tudo isso é passível de ser montado, desmontado e remontado. Não existindo uma naturalidade de fato, algo essencial que deve ser seguido. Algumas pessoas passam por intervenções médicas, como cirurgias de redesignação sexual, por exemplo, para alinhar seus corpos com sua identidade de gênero. A possibilidade de moldar e transformar a própria identidade de acordo com a autopercepção é uma narrativa comum entre as pessoas trans, que muitas vezes buscam uma reconstrução de suas vidas para melhor se alinharem com quem são. É importante reconhecer a diversidade de experiências dentro da comunidade trans que desafiam as noções tradicionais e permitem uma reconstrução flexível e individualizada da identidade, especialmente em relação ao corpo e à expressão de gênero.

Figura 28 – Projeto “Corpo Espetáculo” (2021), Linn da Quebrada, Hunter Schafer na série “Euphoria” (2019) e atriz Laverne Cox



Fonte: PINTEREST, 2023.

A concepção de que, na contemporaneidade, as identidades são progressivamente moldadas por diversas influências e instrumentos, como a tecnologia e a cultura popular, encontra respaldo em Jana (2018, tradução nossa), que, como já citado na página 40, considera um fator intrigante “quando se trata de refletir sobre como os corpos são constituídos, interpretados e potencialmente remodelados”. “O homem inventa a técnica e é por ela reinventado. (...) Tudo se torna possível, substituível e transformável” (Couto, 2009, p. 2).

Dessa forma, “semelhante ao monstro que escapa às garras do seu criador, adquire uma existência que perdura muito além da página – constantemente renovada e pronta para reinterpretação, com muito ainda a dizer sobre o mundo em que vivemos” (Jana, 2018, tradução nossa). A moda atravessa as interpretações mais subjetivas do que o corpo é e pode se tornar, diante dos olhares tanto de quem a cria, quanto de quem é visto como criatura.

5 CONCLUSÃO

A análise da moda como uma força “criadora” do monstro de Frankenstein traz uma perspectiva única ao explorar as relações conceituais entre estranheza, marginalização social, a inventividade de corpos e a contextualização da construção social da beleza. Esta abordagem oferece uma contribuição valiosa para o entendimento mais profundo da moda e não apenas como uma expressão artística, mas também como uma ferramenta política capaz de desafiar normas estabelecidas, construir identidades e promover transformações sociais e tecnológicas.

Como foi visto, houve muitas situações históricas envolvendo quebras de paradigmas na moda e aspectos culturais e sociais. A atualidade é composta pelos resultados dessas situações, e, também, daqueles que entenderam o significado do fenômeno e seu papel fundamental na moda. Muitos desses aspectos ainda refletem hoje em questões relacionadas a gênero, identidade e tecnologia.

A interação entre seres híbridos de carne e tecnologia destaca a necessidade de abordar tal fenômeno com uma perspectiva equilibrada e crítica. A visão de tais entidades como potenciais superações das limitações biológicas oferece uma narrativa promissora, sugerindo que a simbiose entre humanos e máquinas pode ser uma evolução natural, capacitando indivíduos a transcender as barreiras de suas capacidades inatas. No entanto, é crucial reconhecer os perigos inerentes a uma simbiose compulsória, na qual a integração na tecnologia pode se tornar opressiva, impondo padrões coercitivos e restringindo a autonomia individual.

Portanto, conclui-se que a abordagem reflexiva sobre a simbiose entre humanos e máquinas, juntamente com a análise crítica da moda, sugere que as interseções entre tecnologia, sociedade e expressão artística são intrincadas e multifacetadas. O desafio é reconhecer os benefícios potenciais dessas interações enquanto se protege contra os riscos de opressão e padronização. Dessa forma, essa análise visa informar e enriquecer o entendimento acadêmico sobre as complexas relações entre a moda, evolução tecnológica, expressão cultural e transformação social.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Minima moralia. Lisboa: Edições 70, 1951. Disponível em http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/02_babel/textos/adorno-minima-moralia.pdf . Acesso em 09/2023.
- ADVERSE, Angélica. Da Dandy: antimoda & contra-gênero no dadaísmo. In: REVISTA 2i, Vol. 3, N.º 3, 2021, pp. 17–36. Disponível em <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/53155/2/DA%20DANDY%20ANTIMODA%20%26%20CONTRA-G%c3%8aNERO%20NO%20DADA%c3%8dSMO.pdf> . Acesso em 09/2023.
- AIDAR, Laura. Ready Made. S/d. Disponível em <https://www.culturagenial.com/ready-made/> . Acesso em 09/2023.
- ANA CARLA. A moda como forma de expressão. 11/02/2020. Disponível em <https://www.fixbitt.com/blog/2020/02/a-moda-como-forma-de-expressao/> . Acesso em 10/2023.
- ARTREF. Obras polêmicas que mudaram a história da arte. 03/10/2022. Disponível em <https://arteref.com/arte/curiosidades/obras-polemicas-que-mudaram-a-historia-da-arte/> . Acesso em 09/2023.
- BAPTISTA, Miguel Ângelo. Frankenstein ou a monstruosidade como prática feminista e subjetividade queer. Faces de Eva: Estudos sobre a mulher, n. 47, 2022. Disponível em <https://scielo.pt/pdf/eva/n47/0874-6885-eva-47-99.pdf> . Acesso em 09/2023.
- BASSO, Eugênia Adamy; MARQUES, Eduardo Marks de. O corpo (não) humano e sua importância na questão identitária: o monstro de Frankenstein ou Prometeu moderno. Revista Raído, Dourados, MS, v. 12, n. 31, 12.12.2018. Disponível em <https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/Raido/article/view/8303/5034> . Acesso em 09/2023.
- CANHISARES, Mariana. Reboot de A Noiva de Frankenstein ainda pode acontecer. 12.02.2020. Disponível em <https://www.omelete.com.br/filmes/a-noiva-frankenstein-reboot-pode-acontecer> . Acesso em 10/2023.
- CASA BOA VISTA. Fall Winter 2018 – O Manifesto Ciborgue da Gucci! 23 de fevereiro de 2018. Disponível em <https://blog.casaboavista.com.br/index.php/2018/02/23/fall-winter-2018-o-manifesto-ciborgue-da-gucci/> . Acesso em 11/2023.
- COUTO, Edvaldo Souza. Políticas do pós-humano: Interfaces dos corpos, das sexualidades e das tecnologias digitais. Caxambu-MG: ANPED, 05/10/2009. Disponível em http://www.ded.ufla.br/gt23/trabalhos_32.pdf . Acesso em 10/2023.

DIÁRIO DA MANHÃ. História da beleza e da feiura – Final. 11/08/2015. Disponível em <https://www.dm.com.br/opiniao/2015/08/historia-da-beleza-e-da-feiura-final> . Acesso em 09/2023.

DOMINGUES, Joelza Ester. Igreja medieval: um “livro de pedra”. 16 de março de 2015. Disponível em <https://ensinarhistoria.com.br/igreja-medieval-um-livro-de-pedra/> . Acesso em 10/2023.

ECO, Umberto. História da beleza. Rio de Janeiro: Record, 2004.

ECO, Umberto. História da feiura. Rio de Janeiro: Record, 2007. Disponível em <https://archive.org/details/ECOUmberto.HistoriaDaFeiura/page/n5/mode/2up> . Acesso em 08/2023.

FERREIRA, Francisco Romão. Algumas considerações acerca da medicina estética. Ciência & Saúde Coletiva, 15(1):67-76, 2010. Disponível em <https://www.scielo.br/j/csc/a/zXydyMv56mCSds45TR67gfv/?format=pdf&lang=pt> . Acesso em 10/2023.

FINCO, Henrique. O paradoxo Benetton: um estudo antropológico da publicidade. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 1996. Disponível em <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/76477> . Acesso em 10/2023.

FLÜGEL, John Carl. A psicologia das roupas. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1966.

FONTGALAND, Arthur; CORTEZ, Renata. Manifesto ciborgue. 17/12/2015. Disponível em https://ea.fflch.usp.br/sites/ea.fflch.usp.br/files/inline-files/Manifesto%20ciborgue_0.pdf . Acesso em 11/2023.

GARCIA, Sueli. Arte e cultura da moda como fundamentos do vestir contemporâneo. São Paulo: Mackenzie, 2014. Disponível em <https://adelpha-api.mackenzie.br/server/api/core/bitstreams/e6313d1b-0710-4db2-9d2f-db8f41f8cbec/content> . Acesso em 11/2023.

GHISLERI, Janice. Linguagem do Vestuário Teatral. 06/07/2017. Disponível em <https://janiceghisleri.wordpress.com/2017/07/06/linguagem-do-vestuario-teatral/> . Acesso em 10/2023.

GÓIS, Victor. O Ciborgue e o vestido. 15 de março de 2018. Disponível em <https://medium.com/dgtl-mente/o-ciborgue-e-o-vestido-b2826fea73eb> . Acesso em 11/2023.

HERNÁNDEZ, Karen. “Não quero me ver assim”: por que o filtro viral de envelhecimento no TikTok causa tanto medo? 18/07/2023. Disponível em <https://www.novamulher.com/estilo-de-vida/2023/07/19/nao-quer-me-ver-assis-por-que-o-filtro-viral-de-envelhecimento-no-tiktok-causa-tanto-medo/> . Acesso em 11/2023.

HIRATA, Giselle. A fonte da juventude existiu mesmo? 04/07/2018. Disponível em <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/a-fonte-da-juventude-existiu-mesmo> . Acesso em 11/2023.

HODGSON, Stewart. Punk Rock No Design E Na Cultura. 01/07/2020. Disponível em <https://www.punktuationmag.com/punk-and-disorderly-the-enduring-impact-of-punk-rock-on-design-and-culture/> . Acesso em 10/2023.

JANA, Rosalind. The enduring influence of Frankenstein on fashion. 30/10/2018. Disponível em <https://www.vogue.fr/fashion/fashion-inspiration/story/mary-shelley-frankenstein-gothic-fashion-alexander-mcqueen-marni-alessandro-michele-rick-owens-rei-kawakubo/4335> . Acesso em 11/2023.

LACERDA, Lu. Frida Kahlo: imagina depilada? 27/08/2018. Disponível em <https://lulacerda.ig.com.br/frida-kahlo-imagina-depilada/> . Acesso em 11/2023.

LIMA, Luiz Sérgio de; OLIVEIRA, Marina; BELARMINO, Melissa; JUVÊNCIO, Teresa Valvassore. Vestindo a revolução: A moda como ferramenta de protesto ao longo da história. 03/02/2023. Disponível em <https://www.ufsm.br/midias/experimental/agencia-da-hora/2023/02/03/vestindo-a-revolucao> . Acesso em 10/2023.

LOPES, Fernando Augusto Silva. Mídia, arte e tecnologia: uma reflexão contemporânea. 06/2017. Comunicação e Sociedade, v. 31, 287-298. Disponível em [https://doi.org/10.17231/comsoc.31\(2017\).2618](https://doi.org/10.17231/comsoc.31(2017).2618) . Acesso em 10/2023.

MARTINS, Mirella. Tudo para ficar igual ao seu ídolo. 26/10/2015. Disponível em <https://jc.ne10.uol.com.br/social1/2015/10/26/tudo-para-ficar-igual-ao-seu-idolo/index.html> . Acesso em 10/2023.

MARTINS, Renata. Movimento “no make-up make-up” defende naturalidade e beleza não padronizada. 12/05/2020. Disponível em <https://www.brazilbeautynews.com/movimento-no-make-up-make-up-defende-naturalidade,3681#:~:text=A%20quarentena%20for%C3%A7ada%20em%20diversos,%20Dup%20make%20Dup%E2%80%9D.&text=%E2%80%9CNaturalidade%20%C3%A9%20a%20palavra%20chave,diretora%20de%20marketing%20da%20Avon.> . Acesso em 11/2023.

MATOS, Cátia Pereira. Livro de História: Le Smoking. 01/08/2019. Disponível em <https://www.vogue.pt/historia-le-smoking-yves-saint-laurent> . Acesso em 10/2023.

MEDICALDAILY. Rodrigo Alves, britânico viciado em cirurgia plástica, gasta US\$ 170 mil para ser moldado em um boneco Ken humano. 01/05/2014. Disponível em <https://www.medicaldaily.com/rodrigo-alves-british-plastic-surgery-addict-spends-170000-be-molded-human-ken-doll-279794> . Acesso em 10/2023.

MGKELLERMEYER. Galeria Frankenstein. S/d. Disponível em <https://www.deviantart.com/mgkellermeyer/gallery/46297008/frankenstein> . Acesso em 10/2023.

MOURA, Larissa Leal. Moda como expressão de identidade no mundo contemporâneo. São Cristóvão: Universidade Federal De Sergipe. 2018. Disponível em https://ri.ufs.br/bitstream/riufs/9290/2/LARISSA_LEAL_MOURA.pdf . Acesso em 09/2023.

PALHARES, Taisa Helena P. Belo: a breve história de uma idéia. 10/07/2006. Disponível em <https://www.comciencia.br/comciencia/handler.php?section=8&edicao=15&id=145> . Acesso em 09/2023.

PINTO, Isadora Rocha. A corrupção da beleza e a perda do senso estético na moda atual. Americana: Faculdade de Tecnologia de Americana, 2022. Disponível em https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/12242/1/2S2022_Isadora%20Rocha%20Pinto_OD1238.pdf . Acesso em 08/2023.

POLESI, Sofia Bonfa Berberian. A roupa como forma de comunicação e expressão. Americana: Faculdade de Tecnologia de Americana, 2023. Disponível em https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/14286/1/20231S_Sofia%20Bonfa%20Berberian%20Polesi_OD1630.pdf . Acesso em 08/2023.

REGO, Isa Sara; PIMENTEL, Ludmila. Atualizações Contemporâneas do Corpociborgue. Revista Cena, v. 14, 2013. Disponível em <https://seer.ufrgs.br/index.php/cena/article/view/43675/28882> . Aceso em 10/2023.

REIS, Lucas Bernardo. A relação de apropriação do corpo nos quadrinhos e no cinema sobre ficção científica cyberpunk nos Estados Unidos e Japão. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2020. Disponível em https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/53405/1/2020_dis_lbreis.pdf . Acesso em 10/2023.

ROCHA, Lua. Vivienne Westwood e a criação da moda punk. 17 de agosto de 2020. Disponível em <https://lunasrocha.medium.com/vivienne-westwood-e-a-cria%C3%A7%C3%A3o-da-moda-punk-208d9db2d6dc> . Acesso em 10/2023.

ROMANATO, Daniella. A semiótica e a moda. In: 7º Colóquio de Moda, 2011, Maringá. Anais do Colóquio de Moda. Maringá: Colóquio de Moda, 2011. Disponível em http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202011/GT03/GT/GT89502_GT_A_semiotica_e_a_moda_.pdf . Acesso em 09/2023.

ROMANATO, Daniella. Consumo, Estética e Cultura Midiática. Limeira: FAAL, 2020.

ROMANATO, Daniella. Office Acadêmico: Manual para edição de trabalhos acadêmicos utilizando o programa Microsoft Word. Campinas: Incentivar, 2010.

SILVA, Lucas Trindade da. Inflexão na abordagem genealógica da modernidade em Michel Foucault: do arcaísmo disciplinar à sociedade de segurança. Revista Brasileira de Ciência Política, p. 275-314, 2019. Disponível em <https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/FvYNm9k6dncz6s5XN6pQ3Yk/?lang=pt> . Acesso em 09/2023.

SOARES, Janile Pequeno. Frankenstein e a monstruosidade das intenções: A criatura como representação da condição feminina. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2015. Disponível em <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/8296/2/arquivo%20total.pdf> . Acesso em 09/2023.

SOUSA, Ana Rita Ferreira de. Análise estética facial: conceitos contemporâneos. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2019. Disponível em https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/8758/1/PPG_26635.pdf . Acesso em 09/2023.

SOUZA, Warley. Dadaísmo. S/d. Disponível em <https://mundoeducacao.uol.com.br/literatura/dadaismo.htm#:~:text=Os%20principais%20artistas%20do%20dada%C3%ADsmo,Hannah%20H%C3%B6ch%20e%20Raoul%20Hausmann> . Acesso em 07/2023.

SUA PESQUISA. Francisco Goya. S/d. Disponível em https://www.suapesquisa.com/biografias/francisco_goya.htm . Acesso em 09/2023.

SUAREZ, Adriana Rodrigues; NUNES, Ana Luiza Ruschel. Apreciação estética do belo e do feio: representações imagéticas e suas complexidades. Fac. Sant'Ana em Revista, Ponta Grossa, v. 5, n. 1. p. 63 - 81, 1. Sem. 2021. Disponível em <https://www.iessa.edu.br/revista/index.php/fsr/article/view/1993> . Acesso em 09/2023.

TADEU, Tomaz. Antropologia do ciborgue: as vertigens do pós-humano. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009. Disponível em https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4945399/mod_resource/content/1/LIVRO%20Antropologia%20do%20Ciborgue.pdf . Acesso em 11/2023.

TODD, Lucy. O que explica nosso fascínio com Frankenstein, 200 anos após sua criação? 03/01/2018. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/geral-42537245#:~:text=%22Ele%20nos%20fascina%20porque%20fala,de%20Estudos%20G%C3%B3ticos%20de%20Manchester> . Acesso em 11/2023.

UTPICTURA 18. Hércules jogando Lycas no mar – Houasse. S/d. Disponível em <https://utpictura18.univ-amu.fr/notice/6536-hercule-jetant-lycas-dans-mer-houasse> . Acesso em 10/2023.

VALVERDE, Alline. Lei que proibia calças compridas para mulheres em Paris acaba de cair (200 anos depois). 05/02/2013. Disponível em <https://glamour.globo.com/moda/noticia/2013/02/mulher-calcas-compridas-paris-lei-chanel.ghtml> . Acesso em 10/2023.

VASCONCELOS, Rosália. Filtro polêmico do TikTok cria rosto 'perfeito' sem precisar de cirurgia. 05/03/2023. Disponível em <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2023/03/05/bold-glamour-o-novo-e-polemico-filtro-hiper-real-do-tiktok.htm> . Acesso em 11/2023.

VIANA, Ligia. Roupas dinâmicas: corpos em processo. São Paulo: USP, 2015. Disponível em https://teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-31052015-162923/publico/roupas_dinamicas_corpos_em_processo_ligia_viana.pdf . Acesso em 10/2023.

VIEIRA, Fabiana Soares de Andrade. Do Hippie ao Chic: Representações da Contracultura na Vogue Brasil. Brasília: Universidade de Brasília, 2016. Disponível em https://bdm.unb.br/bitstream/10483/16471/1/2016_FabianaSoaresVieira_tcc.pdf . Acesso em 10/2023.

XAVIER, Claudio; SILVA, Lídia Oliveira. Cibercorpo: interface e (in)formação. In: 4º SOPCOM, Aveiro, 2005. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/xavier-silva-cibercorpo-interface-in-formacao.pdf> . Acesso em 10/2023.

ZANCANELA, Elaine. A beleza digital: as novas tecnologias de comunicação e informação e a construção plástica da visualidade feminina. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1915-1.pdf> . Acesso em 10/2023.

ZOVIN, Cristiane. Bonecas humanas: estrelando, Anzhelika Kenova. In: XV Colóquio de Moda, Porto Alegre, 2019. Disponível em <https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/GT/GT14-MODA-E-TECNOLOGIA/GT-14-Bonecas-Humanas.pdf> . Acesso em 11/2023.